



10元奶茶何以重回江湖

生意难做还是蛋糕更大了

消费新观察

羊城晚报评论员 戚耀琪

很多人都有这个感觉：以前觉得奶茶是一种“奢侈行为”，随便一杯茶加奶加果就要二三十元，但现在价格好像变便宜了。十几块钱可以买一杯，甚至搞优惠的时候，几块钱也能买到。不知不觉间，“10元以下”成了各大茶饮品牌“厮杀”的重点区间。

立了整个价格体系，也让后来者诸如茶颜悦色、霸王茶姬等对号入座各自选择区间并发展壮大。然而，这一切纯粹是战略角度的理性总结。对于消费者来说，关注的就是眼前看到的，嘴里喝到的，不管叫什么潮，哪里人多哪里排，看顺眼就能把钱掏。所谓品牌忠诚度可有可无，即便有也是短暂的。究其原因还是茶饮品牌后浪推前浪，数不胜数。一个步行街区，从头部到腰部到脚部的茶饮店都有，消费者被新口味诱导而频繁跳槽也是肯定的。

对品牌方来说，尽力地吸引加盟，在网上引发流量，在商圈扩大存在是关键的。这是一个滚雪球的过程，不能停，一停就融。等到店铺规模上去了，无论线下赚不赚钱，品牌方至少是通过诸如加盟费、品牌费、装修、设备及原料等去赚钱。若是加盟方有足够实力，也是能赚到钱的。在品牌方开始收割、提升自身毛利率前，有实力的加盟方早就旺铺转让，转移去做新的茶饮品牌了。

但是，在经济焦灼的时候，加盟店的爬升期就非常长。即使位于很好的点位，人流量也很大，依然架不住亏损的可能，那么维持客流的短期方法就只能靠降价了。降价不是整体品牌都打下去，而是用低价引诱价格敏感人群，带动高消费可能。降价前提就要降成本，降成本就要

降原料、降工时，这里少5克，那里升两度，消费者未必有感。有人会担心，低价品会降低30元的高端形象，吸引的是一班卡拉米来消费了。这就要看，购买高价品的顾客能否有更明显的待遇和体验。这些待遇可以是积分，甚至也可以是优先获得舒服、隐秘和适合拍照的位置。这方面，茶饮品牌可以打开脑洞。正如对一半的乘客卖2折机票会不会影响一个航空公司的形象，让头等舱的人也不愿意搭乘？那就看包括空气和洗手间等在内的服务是不是也变差了。

茶饮店如果要打价格战，自然不该从单品的价格上去迁就。所谓价格战，首先是大品牌的局部战，比如瑞幸做出和伯牙绝弦口味接近的却便宜一半的轻糖茉莉。打得过就把存量市场吃来了，打不过，就继续上中下围剿，反正不会拿咖啡主业去打人家的奶茶。至于奶茶店也是同理，用蜜雪雪王的玩法，也不过是为了引流。真的全都做成蜜雪冰城的话，还是打不过蜜雪。最后所有加盟商都无利可图了，换个招牌再来吧。



7月广东县域线上生活交易规模全国第一

文/羊城晚报记者 沈钊 图/受访者提供

乡道边上的茅草屋变成“前庭后院”的特色农家饭庄，电影拍摄基地改造成“日咖夜酒”的地标式餐吧，村里的垃圾站上建成集沙滩、泳池一体的高端网红民宿……返乡青年等创业主体落地生根，广东乡土大地正悄然发生变化，在“百千万工程”指引下，城乡融合加速，县乡消费扩容，广东县域消费市场新业态喷涌。美团数据显示，今年7月，广东县域生活服务业交易规模全国第一，惠东县、普宁市和博罗县交易规模全省前三。

“山海经济”带动县域消费新业态

惠东县位于惠州市东部，南临南海的大亚湾和红海湾。上世纪初，巽寮湾、双月湾等半岛的海湾资源开始得到开发。十几年过去，海边建起成百上千栋房屋，餐饮、娱乐、超市等商业配套也日渐完善，吸引年轻人置业的同时，也带火了旅游经济。

暑期以来，惠东县巽寮、港口等滨海旅游接待游客数量急剧攀升，仅巽寮湾的游客就多达70万人次，全县滨海片区接待游客超132万人次。美团数据显示，今年7月，惠东县住宿交易额排全国县域第二，异地消费环比增长105%。

海公园云海度假酒店的负责人王晶，曾经是巽寮湾的房产销售，2015年瞅准时机盘下70多间房，成为当地最早一批酒店经营者。他回忆说，早年间本地酒店、民宿供给不足，游客来了之后要花大量时间找房。随着本地商业配套的成熟，及线上订房的普及，现在巽寮湾已有上百个酒店品牌。

“7-8月是旺季，平均入住率能达到80%。今年过夜量稳中有进，比去年涨两成。”王晶介绍说，原本淡季入住率只有50%，但去年冬天酒店也在盈利，因为出现了不少“候鸟”老人来此过冬。

为了抓住康养旅游的机会，他已经将房间量扩充至200间。无独有偶，罗浮山风景区迎来大批家庭游客。民宿依静居因为靠近登山口，离高铁站仅8分钟车程，旅客络绎不绝。民宿管家苏昊晨是“00后”，平时在深圳工作，因为对田园生活向往之至，今年在长宁镇租房做民宿，自己装修设计、线上运营接单。“目前大部分客流来自线上，一个月七八千块钱收入，再运营一段时间，我可能辞掉工作全职做民宿管家。”

民宿所在的长宁镇祥岗村，目前正通过引进社会资本投资，对旧宅老屋升级改造出租的方式，推动休闲农业与乡村旅游的发展。祥岗村党支部书记刘锦华介绍说，最近村里计划将大约800间闲置空房改造成特色民宿上线网络平台。附近闲置的小溪边荒地，也将打造成人工沙滩、山泉水泡池、足球场等配套设施。

旅游业创造本地就业新机会

旅游旺季不仅带火了惠东的酒店，也带火了滑翔伞、冲浪等小众运动。不少大城市的年轻人也因此成为“县漂”，从事运动教练等新型职业。拉普在惠州生活多年，偶然在双月湾接触冲浪、爱上冲浪。2019年年底，拉普开出一家自己的冲浪俱乐部——OUTSIDE冲浪俱乐部。但由于经验不足和忽视推广，不到一年就濒临歇业。重新规划后，拉普决定将生意重心向线上倾斜，开辟第二主场。

这个暑期，店铺每日接待学员三十多人，周末最多有上百人。因为对线上运营和线下服务体验的重视，OUTSIDE后续成功弯道超车，近年来在美团一直排名同行第一。拉普称，为了给学员提供更好的体验，OUTSIDE几次装修升级，扩大店面面积，还引入零售、餐饮等业态。

据介绍，国内冲浪行业源起海南三亚-万宁一带及广东深圳。近几年，不断有冲浪行业的专业人士进驻惠东双月湾。短短几年，双月湾已成为国内著名的冲浪目的地之一。目前OUTSIDE团队以“90后”为主，成员来自全国各地，甚至吸引香港、台湾等地的教练加入。

今年上半年，居民消费需求持续释放，服务零售额快于商品零售，乡村市场销售快于城镇。国家发展改革委经济研究所所所长郭春丽认为，三四线城市及县乡村消费表现亮眼，服务消费、线上消费、中高端消费也正在下沉。未来，县乡市场会成为消费新的增长点。

采购意向超50.78亿元 粤品北上又有新突破

荷包里的新消费

近日，“疆品南下 粤品北上”广东(老字号)产品走进新疆专场活动暨“粤贸全国”经贸合作交流会在喀什举办，粤新两地110多家商协会及企业代表近200人参会，共同探讨各领域合作机遇。会上正式发布“疆品南下 粤品北上”第三季度特色优势产品采购意向，并促成粤新投资和贸易合作项目16个，总金额超50.78亿元。

活动期间，广东智能制造、老字号、服装、食品加工等领域的优秀企业同时亮相第十四届中国新疆喀什·中亚南亚商品交易会(以下简称“喀交会”)，展示“广东造”的发展成效。



现场展出产品

产业援疆结硕果，携手促进两地合作共赢

“相信借助喀交会这一契机，将有力推动广东菜、岭南衣、粤家电等广东产品进入新疆乃至中亚南亚大市场，深化粤喀经贸交流合作，也让新质生产力和‘疆品南下 粤品北上’的高质量发展成果惠及各族群众和消费者，为粤喀两地经济发展注入动力。”广东省人民政府副秘书长、广东省对口支援新疆工作前方指挥部总指挥、喀什地委副书记林国华表示。

“疆品南下 粤品北上”平台立足国内大循环，在粤新两省区高位推动下诞生，是第十批广东援疆重点打造的、畅通大湾区与新疆经济内循环的特色优势产销平台，旨在畅通粤新产销对接渠道，深化粤新商贸交流，拓展两省区经济纵深。

依托该平台，粤新两省区名特优产品交易货如轮转，“疆品”“粤品”实现“双向奔赴”。通过线上、线下的深度合作与有效协同，今年上半年“疆品南下 粤品北上”促成两省区特色优势产品双向采购和交易金额超过39.2亿元，其中新疆特色农产品在粤销售额超27.2亿元，广东特色农产品在疆销售额约12亿元。

佳绩面前，广东产业援疆步履不停。会上，“疆品南下 粤品北上”第三季度特色优势产品采购意向正式发布，金额超22.58亿元，涵盖两地优质农产品、智能家居、先进制造等产品。据悉，接下来，广东援疆将持续实施“三个一”，即打造一个线上主平台、开设一批线下体验馆、开展一系列品牌活动，把全疆优质产品卖向大湾区和全国各地，也为广东企业、广东产品打开面向中亚和南亚的大通道。

广东的饮食、医药行业有着深厚的文化背景和广泛的社会基础，造就了一批食品、餐饮和医药老字号，其他

北上新疆拓市场，老字号新广货吸睛无数

“陈皮对身体有什么好处？”“广东的瓷器太美了！”“原来酿造一瓶酱油需要这么多工序”……广东企业展位上，既有新宝堂陈皮、海天味业、永丰源瓷业等“老字号”展示丰厚历史文化底蕴，又有大疆无人机、OPPO手机、荣耀手机等智能“新广货”秀出新质生产力，吸引了不少消费者和客商驻足停留。

广东的饮食、医药行业有着深厚的文化背景和广泛的社会基础，造就了一批食品、餐饮和医药老字号，其他

分布在服务业、工艺、制造业等领域。近年来，广东出台了一系列政策措施，为老字号企业的创新发展指明了方向。其中，《广东省促进老字号创新发展行动方案(2022—2025)》明确提出，到2025年认定100家“广东老字号”企业。

“广东老字号企业有着深厚的历史底蕴和鲜明的特色，更具国际视野、成长性和前瞻性，他们的成功经验非常值得我们学习。”与会新疆企业纷纷表示。喀什地区人大工委党组书记、主任吐逊·肉孜指出，希望喀什的企业通

过与广东老字号企业的深入交流与合作，汲取先进生产技术、创新经营理念 and 科学管理方法，从而加快自身产业升级步伐，提高产品质量和市场竞争能力，为喀什的产业发展注入新活力。

一场供需双方精准沟通的产销对接活动，既是推动两地经贸往来的重要窗口，也是助力优质广货走向全国的重大机遇。本次活动促成粤新投资和贸易合作项目16个，意向总金额约28.2亿元。

据悉，2024年上半年，“粤贸全国”活动已举办120场，有力推动了广东企业深耕国内市场。

让消费者“能消费”“敢消费”“愿消费”

越秀区举办第35场以旧换新系列活动

换新更愿意”的良好市场氛围。要严格补贴资金管理，坚持专款专用，切实发挥好政策效益，实现促发展、惠企业、利群众的多赢局面。

在越秀区，今年4月以来已经举办了35场以旧换新系列活动，近日在北京路举办的“古越今秀——2024广州以旧换新消费季越秀区分会场暨百家企业节”上，就联动了越秀区商务局、越秀区委老干部局、越秀区市场监督管理局等多个部门共同参与。为了营造“去旧更容易、换新更愿意”的良好市场氛围，还特别邀请到20多名退休老干部参加

活动。老干部们饶有兴致地向工作人员了解以旧换新政策具体内容，还“现学现用”地跟其他消费者交流起家电维修经验和以旧换新的具体操作。

为了更好地满足人民群众对美好生活的需求和期待，越秀区以旧换新的组合拳中还有重要一招就是新场景。在传统的购物环境基础上，融入更多元化、个性化的元素，为消费者提供更加丰富、有趣和便捷的购物体验。

据介绍，今年以来越秀区以消费焕新、以新促质为目标，围绕“古越今秀 悦享精彩”促消费品牌主题，从时尚消费、夜间消费、

会展消费、汽车消费、美食消费、节庆消费、融合消费、智能消费、平台消费、品牌消费等10个方向，系统谋划，重点聚焦，共策划组织“悦享”系列主题活动174场。

以旧换新让消费者多得实惠

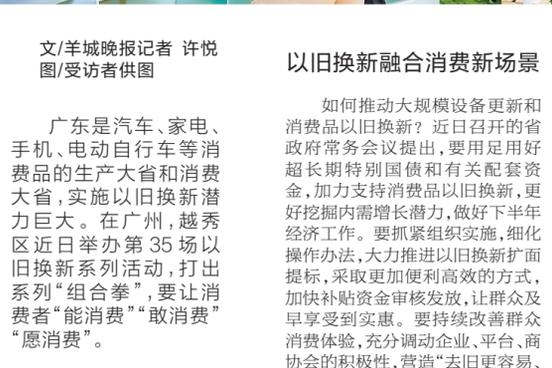
据介绍，根据《广东省推动消费品以旧换新行动方案》(2024年广州市绿色智能家电换新活动实施方案)，广州市将对个人消费者交付任一旧家电并购买符合条件的17类绿色智能低碳家电产品和手机类电子产品，发放家电“以旧换新”消费券补贴。

补贴标准为：不超过新购置家电销售价格的10%，每件家电(或单张消费券)补贴金额不超过500元，单个消费者补贴不超过2000元。参与活动的产品范围包括：空调(含中央空调)、电冰箱(含冰柜)、洗衣机(含干衣机)、电视机、热水器(含壁挂炉)、吸油烟机、燃气灶(含集成灶)、洗碗机、扫(拖)地机、打印机、空气净化器、微波炉(含一体机)、电磁炉、电饭煲、电风扇、净水机和微型计算机(含台式和便携式计算机)，共17类家电产品和手机类电子产品。

据广州百电器有关负责人介绍，自今年4月起，广州百电器与美

的、COLMO、海尔、卡萨帝等20多个品牌密切联动，共同推出叠加让利，将以旧换新补贴优惠覆盖到全市广百、友谊等线下门店渠道。本次家电节聚焦绿色智能、数字引领、政企联动三方面，依托线上平台及线下核心商圈门店，为消费者打造服务优质、体验丰富、实惠超值的全渠道消费场景，集中为消费者奉送政府补贴、银行优惠、超值爆品、高倍积分、套购奖励、家电免费试用、免费局改、智能家电、大型路演等实实在在的优惠举措。“以旧换新”政策实施以来，广州百电器、广州友谊办理“以旧换新”业务累计超过1.1万宗。

以旧换新系列活动现场



文/羊城晚报记者 许悦 图/受访者供图

以旧换新融合消费新场景

如何推动大规模设备更新和消费品以旧换新?近日召开的省政府常务会议提出，要用好用好超长期特别国债和有关配套资金，加大支持消费品以旧换新，更好挖掘内需增长潜力，做好下半年经济工作。要抓紧组织实施，细化操作办法，大力推进以旧换新扩面提标，采取更加便利高效的方式，加快补贴资金审核发放，让群众及早享受到实惠。要持续提升群众消费体验，充分调动企业、平台、商协会的积极性，营造“去旧更容易、

广东是汽车、家电、手机、电动自行车等消费品的生产大省和消费大省，实施以旧换新潜力巨大。在广州，越秀区近日举办第35场以旧换新系列活动，打出系列“组合拳”，要让消费者“能消费”“敢消费”“愿消费”。