株洲饮品业20年更迭,已多轮洗牌
闯荡奶茶江湖,要带"哪几把刀"?

□ 记者 李卉

冬日热饮温暖心头,夏季冰茶清爽可口……在一线城市,很多人为喝上一杯网红奶茶而排队两小时,甚至给黄牛加价300%。在我市,奶茶、奶盖、水果茶等饮品也早已成为不少市民的心头好,在闹市街区、商业综合体,各品牌饮品店扎堆。

夏季将至,又到了饮品商家们大展拳脚的关键期。在激烈竞争之下,大家会亮出哪些杀手锏?在市场的大浪淘沙中,如何突出重围?近日,记者进行了调查走访。

现象

50米一小店,100米一大店
有的外卖月销售量达3600多单

"点饮料吗?"

"好啊!哪家?哪种?"

对于伍女士与同事而言,这是下午时分的例行对话。"有时是午餐没有吃好补充一下,有时候只是为了调节心情。"在伍女士看来,一杯口感不错的饮品,是对辛苦工作的温馨犒赏,也是"激发灵感的神秘开关"。

在美团上搜索"饮料",全株洲市共有1300多条结果。位于天元区奥元广场的一家饮品店,光在美团一个平台上的外卖月销售量就达到3600多单。

神农太阳城对面,建宁实验中学到华苑小区1公里左右的距离,聚集了8家以饮品为主的小店。如果算上提供现做咖啡、奶茶饮品的面包店,数量远超10家。这也意味着,"50米一小店,100米一大店"的说法毫不夸张。

在中心广场王府井负一楼,记者走访发现,以现做饮品为主要卖点的店家就有6家。如果算上旁边的钟鼓岭商业街、七星购物广场,饮品店总数不下20家。奶茶、奶盖茶、沙冰、咖啡、水果茶、鲜榨果汁……每家店的产品基本都在20种以上,传统奶茶是标配,这一两年,水果茶、奶盖茶则处在潮流风口。

从价格上看,奶茶、水果茶类饮品,价格大多在10-25元区间,鲜榨果汁稍贵,有些会达到30多元,少部分主打性价比的品牌也会提供10元以下的饮品。

揭秘

竞争如此激烈
他们为何依然能赚?

宋先生来自福建,大学毕业后在我市一家国企短暂工作过,去年夏天在天元区华人街开了一家以鲜榨果汁、果茶为主打的饮品店。他没有加盟有成熟运营模式的品牌,从店面装修、产品研发,到包装设计、原料采购等,宋先生的团队都亲力亲为。"就拿原材料来说,二三十种水果,进少了不行,进多了浪费。定制饮料杯,做100个的单价与10000个的单价差距非常大,到底做多少,样样都是学问。"

"开店之前,我们做了市场调查,主打奶茶竞争太激烈了,所以我们选择了果茶、果汁,巧妙避开。"宋先生说,由于自己之前玩极限运动,微博积累了近十万粉丝,所以在推广上也多选择线上互动。目前来看,效果比较理想,从开业到现在11个月的时间,他们不但实现了盈利,而且已经有开分店的计划。

对株洲几个商圈进行反复考察、综合比较之后,来自常德的高先生决定将第一家店布点在饮品店密度最大、竞争最激烈的王府井负一楼,主打奶盖茶,投资额近百万元。

做出这个决定之前,高先生在附近几家饮品店门口蹲守了半个月。"简单直接,守在人家店面门口拿笔记录,什么时间段是高峰期,销售量大致是多少,顾客性别、年龄分布,员工分工与状态等,一目了然。"高先生介绍,他认为自己的产品与周边其他店的产品在顾客群上还是有差异。开业9个月,他对现在的经营情况也比较满意。

当然,并非每位投资者盼来的都是利好消息。早些年曾经踩稳了港式奶茶风口,一时风头很劲的某品牌,从去年开始似乎后劲不足,店面数量也减少了很多。投资者认为,主要原因还是在于竞争太激烈了,现在一个商业综合体里面的饮品店,随随便便就是上十家。

高先生也发现,去年秋天过来开店时,钟鼓岭商业街上好几家饮品店如今要么改旗易帜,要么已经悄然消失。

调查

株洲饮品业已多轮洗牌
高利润率已渐成传说

"年年岁岁有奶茶,事实上,株洲的饮品业已经经历了多次洗牌。"一家知名饮品品牌经营者介绍,业内有一种流传甚广的说法,一个饮品品牌的生命周期只有5年左右。

从上世纪90年代末开始,一些学校门口的小店就开始卖奶茶,基本靠茶粉、奶精、香精等勾兑,名字叫奶茶,其实和奶没有半点关系,价格两三元。后来,品牌奶茶慢慢遍布街头,对于"80后"来说,避风塘、地下铁、七杯茶是绕不开的青春记忆,这类曾经成为时尚代名词的品牌,主打产品几乎都是珍珠奶茶、烧仙草等,价格基本是4-10元。2015年前后,传统奶茶日渐式微,以港式奶茶为代表的阿福冰室、澜记等品牌迅速崛起,制作工艺改进了,售卖品种增加了,店铺风格更趋于年轻人审美,有些还会特意设计拍照区域,营销推广必须是线上线下联动。勾兑技术再难以摆上台面,健康理念越发深入人心,现煮、现淬、鲜榨明显更受欢迎。

"喝过鲜奶的,就不能接受纯牛奶,更不能接受奶精了。"自称"嘴挑"的郑女士已近不惑之年,20年喝饮品的经验告诉她,宁愿贵一点,也希望喝到货真价实的好茶叶、品牌鲜奶、新鲜水果制成的产品,"回想起以前那满口的香精味,真是太可怕了。"

"嘴挑"的消费者一多,产品的制作成本势必水涨船高,几位受访的饮品店投资者均表示,现在一杯饮品,光原材料、包装成本就占到了总价的三到四成,传说中200%甚至300%的利润率,已渐渐成为传说。

心得

要懂管理、研发、推广
还得玩转抖音、小红书

不管有多少投资者黯然离场,也挡不住一波又一波的新鲜血液。

"与其说我们是卖饮品,倒不如理解为在卖一种休闲心情、一种时尚范儿。"

"年轻人只要上街,手上就会捧着一杯饮料,这已是标准配置。"

"纵观全国的饮品市场,株洲还有很大发展空间,一些顶尖级品牌还没有进驻。"

以上,都是吸引投资者们不断进场的理由,但对于未来,大家也公认,那种投资不大,门槛低,产品毛利很高,租个门店请几个员工就开卖,老板只需要过来收钱的年代早就一去不复返了。随着租金、人工、加盟费、原材料价格的上涨,三四十万元成为投资一家饮品店铺的起步价。

高先生认为,很多打破"5年定律"的实力店,大家只看到他们销售红火,却很少注意到他们的核心实力,例如产品品质始终稳定、员工团队敬业且有活力等。

"打烊前是三三两两聚在一起聊天、玩手机,还是保持着最佳职业状态?这时最能体现员工素质。此外,一线调茶师往往流动性极大,这对店铺保持产品质量稳定也提出了更高要求。"高先生笑称,现在开饮品店,既要懂企业管理、产品研发、市场推广,还要玩转抖音、小红书,还真没那么容易。

又到一年热卖季,一个不争的事实是,饮品行业洗牌仍将继续。

制图:胡兴鑫

绿色·品质·家园

2019株洲市首届住宅产业博览会

时间/5月29日-6月2日

地点/株洲汽博园(河西)

主办:株洲市人民政府 承办:株洲市住房和城乡建设局 执行承办:株洲晚报 湖南品位传媒

荣誉协办单位

株洲市朗廷房地产开发有限公司 朗廷·滨江
株洲市美的房地产发展有限公司 美的·檀府 美的·紫云台 美的·雪峰山爱号 美的·蓝溪谷
株洲中泰房地产开发有限公司 中泰·财富湘江
株洲市国投水木开发建设有限公司 国投·水木·十里芙风
华晨新里程 华晨神农湾 华晨金水湾 华晨·枫景湾 华晨·翡翠湾 华晨·紫府 华晨·山水秦皇 华晨·铂悦里岸 华晨第一城
高科置业 高科·西郡 高科·湖韵 高科·壹号院 高科·慕容阳光3°
株洲市丰源房地产开发有限公司 株洲·望云印象
株洲翡翠金轮置业有限公司 金轮·翡翠名园

参展楼盘项目

株洲景业房地产开发有限公司 山湖湾
北大资源 翡翠公园 未名1898
株洲亿都房地产开发有限责任公司 亿都·澜庭 亿都时光
株洲玫瑰园房地产开发有限公司 玫瑰园
株洲市云龙发展投资控股集团置业有限公司 碧龙世纪城
湖南云龙和顺房地产开发有限公司 型格公馆
晋合置业(湖南)有限公司 晋合·湘水湾
湖南和缘房地产开发有限公司 伟大·泰山国际
神骅地产 神骅·白金汉宫
株洲中房投资发展有限责任公司 中房·天玺湾·翌院
湖南融创房地产开发有限公司 融创·提香蓝岸
碧桂园 株洲碧桂园房地产开发有限公司 碧桂园·晨熙 碧桂园·玖玺台 碧桂园·云湖一品
株洲湘耀置业有限公司 恒大悦珑台
株洲市城发集团房地产开发有限公司 津枫庭苑
株洲居乐房地产开发有限责任公司 居乐·云雅苑
湖南惠天然投资发展有限公司 青龙湾·田园国际新区
株洲中建信和置业有限公司 中建·玥熙台
株洲市天能房地产开发有限公司 天能·铂乐上品
HENGE 中天恒基地产 NYPARK 春藤公馆 春藤小镇
株洲市云龙房地产开发有限责任公司 学府时代
株洲市城市建设发展集团置业有限公司 翰林府5
株洲市建锋房地产开发有限公司 森林公馆
湖南原绿置业有限公司 当代上品湾MOMA
株洲盛世置业有限公司 盛世·金龙湾
株洲华茂房地产开发有限公司 香江豪苑
锦艺集团 锦艺FASHION 风尚生态城 锦湘悦

以上企业机构排名不分先后

建设幸福株洲 共筑美好人居

官方微信

品位傳媒 制造影响·传播价值

TEL 咨询热线 28810777

株洲市温暖企业行动

协办 株洲市房地产业协会 株洲市建筑业协会 株洲市装饰装修行业协会 株洲市装配式建筑产业联盟 株洲市物业管理协会

广告