



占卜解忧，新玩法击中人心

B

“我何时能脱单？”
“需要耐心。”
“我能不能见到吴亦凡？”
“决定了就去做。”

从抖音短视频app到微博、朋友圈，一款可以占卜的茶成了90后新的打卡必备。

有茶饮打卡强迫症的郑羽自然也不会错过这波潮流。在排了10分钟队后，她用油漆笔在杯身卡纸上写下想问的问题：何时可以换工作？经过机器扫描，打印在奶盖表面的答案是“此时不宜”。郑羽欣喜的是，印上去的答案比想象中的清晰，大概运气不错，给出的答案也比较贴切。据老板说，平常问的最多的是“何时脱单”、“何日暴富”这两类问题，而系统给出的答案也是时而温馨，时而恶搞，充满随机趣味。

答案茶在茶饮市场异军突起，在拥挤的茶饮市场撕开了一道新口子。去年看了《解忧杂货铺》这个电影后，李天天就有些心动。今年，他在宁波东渡路UME影院楼下拿下了上下两层共200平米的店面，打造出了他的解忧茶饮世界——答案茶宁波旗舰店。“我考察了整个宁波茶饮市场，发现每个热门品牌都有自己的特点，答案茶有趣的问答和大数据、黑科技的卖点就吸引到了我。”

“答案茶的底茶和奶盖相比市场上其他品牌茶饮，也说不出来有什么特点，事实上我们喝答案茶喝的不是茶，而是它的玩法。”郑羽笑称，答案茶的聪明之处在于它击中了年轻消费者的好奇心和猎奇心，亲笔写下问题揭开答案的仪式感，也为饮品注入了能打动人的情感。

李天天的答案茶开业第一天就卖出了两千多杯，现在平均客单价20元左右的茶，每日能稳定卖出七百到八百杯，吧台最多的时候有10多个工作人员同时操作，平均排队速度能控制在5分钟。

答案茶目前的成功是毫无疑问，不过李天天和郑羽也都发现，市场上解忧答案茶、占卜答案茶、一杯占卜答案茶、答案奶茶、满意答案等各类“答案茶”忽如一夜春风来，上演起了真假美猴王。答案茶如何在山寨的包围圈里突出重围，又如何流行过后仍立于不败之地？

李天天说，自研发到今年4月30日，答案茶的系统已经更新了7次。“数据更完善了，回答也就更精准，此外还有买单茶、抽奖茶、星座茶等新玩法轮番上市。未来，他的构想是改变十几平方米茶饮店的运营模式，在产品中加入甜点、欧包，在即拿即走的模式中延伸出进店堂食，从而比肩星巴克。

喝茶其实不是“喝”茶

C

《中国餐饮报告2018》中指出，去年一年，饮品市场大爆发，呈现出高进场率、高关注度、高增长量的特点。主要品类的订单量以及订单金额的增长来看，饮品同比增长均超过了200%，且茶饮的消费场景极为广泛，办公、逛街、娱乐、看电影，渴了馋了都能来一杯，当然，养分有限的饮品细分市场里，不是所有人都能茁壮成长。

去年3月，小翁和亲戚合资在宁波江北万达地下一层加盟了一家茶饮店。店铺面积28平，不算加盟费，光租金、装修、机器和员工的投入就花去了30万。今年4月却因人不敷出而遗憾倒闭，只能一首《凉凉》送给自己。小翁反思，自己在选址上太大意了。“江北万达确实人流集中，但地下一层主要是超市出入口和服装店，拿着奶茶进超市显然不合适，喝着奶茶试衣服也显然不方便。”可见茶饮选址要考虑的不仅是人流量，还应融入年轻人的生活场景，或像答案茶那样以“社交属性”增值。

据了解，一点点奶茶的利润空间是60%-65%。小翁也坦陈，他的茶饮店客单价平均一杯10元，一包红茶原料三十元，绿茶一包四五十元左右，一杯茶饮的成本仅在2-3元，即便放到大众点评等平台上进行推广，利润也能有50%左右。

巨大的利润空间必然吸引无数投资创业者试水。港式丝袜奶茶、台湾珍珠奶茶的润滑甜腻还没喝够，纯茶奶盖已风靡大

陆，鲜果茶还没来得及打卡，脏脏茶、答案茶又闯入战场。

那么得知了这样一杯花样百出的茶饮，成本却如此之低后，你是否还会继续选购？

郑羽答：“会！”

90后的消费世界是热闹的、鲜艳的、爱show的、活力四射的，即便推崇“性冷淡风”的简约爱好者，也不代表他们简约到不拍照分享。审美有差异，但年轻人的消费心理倒也不那么难踩中。大保健的颜值、一点点的营销、答案茶的创意，无一不告诉我们，年轻人喝茶饮不再是单纯的喝茶解渴。

2016年到2018年，正是茶饮市场大升级时代，各品牌以茶为基底，升级原料品质、萃取工艺，并在此基础上调转方向、开辟新战场，提升消费者的消费体验，让大家心甘情愿为更多附加价值买单。

“现如今，茶饮的口味还想往上走恐怕已经很难了。”郑羽猜想，“未来的茶饮市场，可能是得颜值者得天下，或是得创意者得天下。”

诚然，若没有你死我活的厮杀，就没有从粉末冲泡到纯茶调制再到创意卖点的层层进化，死去的便死去了，活下来的还需不断深耕市场，稳定江湖地位，而新的门派若还想加入，更要重新动一番脑筋了。