

加盟奶茶 在宁波 还是一门好生意吗？

记者 谢斌 朱一诺 严瑾

(上接 B3 版)

4

未来将奶茶做大做强有何生意经？

“宁波东门银泰门口，二百沿街的七个铺子，被我们笑称为‘奶茶一条街’，也叫‘开关店’。一条街上虽然满是奶茶店，但一年里关掉的也不少，而只有真正被市场认可的品牌才能活得长久。”诚如汪先生所说，如何让自己的奶茶品牌在大浪淘沙后仍保持生命力，是每位管理者的必答题。

喜茶公关部负责人的答案是：“只要产品好自然便可留住顾客。”为此，他们在原材料选用、茶叶加工等每个阶段都有自己的标准——目前，喜茶上游的茶叶供应商遍布印度、台湾、河南、广西等地，并仍在不断新增。

该负责人也表示，产品的改善不仅仅为了降本增效，更要从客户出发：“也就是说根据年轻人需求倒逼供应链做相应调整，而不是反过来，先研发出产品，再推销给年轻人。”

陈祥也赞同“回归零售本质、重视产品品牌”的观点。为了走出差异化路线，“奕草堂”不仅打出了武侠风的调性，还推出了“咸蛋黄奶盖”等纯天然的奇特“脑洞”。有趣的是，他在国内的扩张走“稳扎稳打路线”，却已在日本东京开了2家店，今年还打算在东南亚、澳大利亚继续筹备。

“和其他城市相比，港城宁波有更多海外渠道优势，而目前海外的竞争还不太激烈。我们在东京的门店开在客流量大的车站附近，同样能吸引当地人排队购买。”在陈祥看来，宁波本土品牌向海外突围不失为一条路径。

“创新茶饮圈”的大保健也将重心聚焦于新品研发和品牌营销上，欲搭建自己的人才体系，计划今年底在宁波再开4家直营店，站稳宁波市场。同时，大保健计划每两年举办“给你无处安放的少女心概念展”。打造自己的IP，吸引更多年轻粉丝，做更好玩有趣的营销互动。

在宁波鄞州印象城总经理田欣看来，奶茶“生意经”还得从消费端入手：“年轻人购买奶茶，甚至不惜花2小时排队，为的不仅仅是犒劳味蕾，更是一种生活共鸣。比如，夏天看到一杯冰镇的荔枝茶饮，能激发人们享受美好的情绪，这就是一种用消费换来的精神满足。”

田欣举了印象城“逗号茶饮”的例子，这家店黑白“极简风”的装修，以及“阿基米德的逗号”“摩根定理”等极具个性的命名，具备形象足够漂亮、场景营造足够吸引人的特点，无怪乎能吸引年轻人前来“拍照、打卡”的社交属性。这，正是成功“引流”的必要条件之一。

奶茶还能火多久？田欣认为，虽然具体某一品牌的生命力不好判断，但“有情绪、有场景”、能让年轻人得以借机表达情感与想法的商品，从大趋势看定会层出不穷。我们期待宁波能诞生更多年轻、有趣、有活力的茶饮品牌。

一点一点
喜茶
荔枝茶饮
点茶
咸蛋黄奶盖
奕草堂
脑洞
武侠风
少女心
爆款
朋友圈
逗号茶饮
少女心
社交属性
打卡
创新茶饮圈
大保健引流
有情绪、有场景
朋友圈
摩根定理
阿基米德的逗号

制图
周斌