

铁路餐”走下火车 咖啡店开进加油站

跨界茶饮生意有热度更有竞争

□ 杨天悦

各行业巨头纷纷盯上跨界茶饮生意，看中的是顺应消费潮流所带来的宣传和广告效益。不过，跨界热度之下，也面临激烈的行业竞争。业内专家认为，巨头下场热门赛道，还需要找准自身特色和差异化竞争优势，从灵活体制机制、引进专业人才和管理经验方面下功夫。

中国铁路前门开出快餐店

中国铁道博物馆正阳门馆，是中国国家级专业铁路博物馆，不少中小学在这里开展研学实践教育，每年也吸引不少市民游客前来参观。最近，不少市民发现，博物馆两侧悄然出现了一家“扳道茶”铁路茶饮店和一家“斯缤格”主题餐厅。这也意味着中国铁路正式入局奶茶餐饮业，在铁路以外展开布局。

据了解，店内主要销售自选沙拉、三明治、意面、咖啡、果汁等简餐食品。扳道，是扳开铁轨道岔从而便于火车转轨的一种操作。光看名字“扳道茶”，也能联想到和铁路的关系。店内主要销售现制茶饮、果汁、咖啡等饮品，包括焦糖板栗厚乳茶、卡布奇诺、杨枝甘露等，售价在12元至32元之间。

继同仁堂咖啡馆、中国邮政茶饮店、中石化易捷咖啡之后，中国铁路也将餐饮业作为探索新方向。近日，中国铁路在位于正阳门的中国铁道博物馆开出茶饮店和主题餐厅，在铁路以外展开餐饮布局。

目前，扳道茶仅在北京开设这一家门店，斯缤格餐厅在北京共有四家，中国铁路博物馆门店也是唯一一家铁路主题餐厅。品牌相关负责人表示，未来两个品牌将会布局上海、深圳等京外市场，以火车站、公园等场景作为布局重点，火车上也会引入两个品牌的轻食和茶饮产品，以提升消费者的乘车就餐体验。

巨头扎堆闯入茶饮生意

中国铁路并不是唯一一个盯上茶饮生意的跨界玩家。近两年来，中国邮政、中石化等“国字头”企业纷纷在茶饮、咖啡赛道展开布局。中国邮政在福州开出“邮氧的茶”品牌奶茶店，在厦门落地“邮局咖啡”，店内咖啡、茶饮价位在20元至40元之间，还销售相关的邮局文创周边，包括文具、香薰精油和盲盒等。

在位于朝阳区日坛路的中国石化日坛加油站内，易捷咖啡的门脸虽小，咖啡机和原材料却一应俱全。菜单上共有拿铁咖啡、牛乳茶、牛奶等十几种饮品，价格在15元至28元之间。“加完油顺手买个咖啡，比专门去趟咖啡店方便。”一名正在购买的消费者说。

再往前看，2019年，中华老字号同仁堂在双井开出“知嘛健康”饮品馆，主打枸杞拿铁、罗汉果美式等养生咖啡饮品。开业后，饮品馆迅速在社交平台走红，吸引许多美食博主和消费者前来打卡。

前不久笔者前往发现，与开业之初更加宽敞通透、适合拍照的大厅环境相比，现在的店面稍显“拥挤”，店内的桌椅布局变得有些密集。店里工作人员介绍说，这是为了给堂食顾客提供更多空间而特意增设的。“现在没有之前那么火爆，来打卡的少了，堂食消费的多了，每天客流还是比较平稳的。”工作人员说道。

热度之下还得找准自身定位

跨界入局茶饮行业，对各行业巨头是门好生意吗？从市场评价和热度来看，顺应消费潮流开茶饮店为传统行业巨头带来的宣传和广告效益，似乎比经营层面的收益更加可观。不过，开业之初的热度过去之后，面对激烈的市场竞争，这些新茶饮门店能否盈利面临挑战。

“咖啡和茶饮消费的生活方式现在越来越流行，消费者在咖啡厅和茶饮店进行社交商务交流和娱乐休闲的频率越来越高。这样的消费转型支持茶饮市场规模持续扩大，经营竞争激烈，跨界入局的企业也必定越来越多。”北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳分析称。

在赖阳看来，中国铁路、中国邮政这样的行业巨头在资金和渠道方面占有优势，要想在竞争激烈的茶饮赛道中立足，实现多元化经营，最重要的还是找准自身特色定位，打造更有活力的体制机制。“可以引入更专业的合作伙伴，研发有品质与特色的产品，构建连锁经营体系和管理标准规范，完善回报和激励机制以吸引人才，从而实现更长远的发展。”

广告



贵州贵酒 封藏酒

—以时光 酿珍贵—



中康一品实业有限公司
服务热线：400-800-2692
销售电话：010-83362960

