

新茶饮扎堆“喝”咖啡助推行业融合发展

□王子扬

茶与咖啡作为饮品界最受关注的两个品类,近年来边界越来越模糊。日前,新茶饮品牌7分甜创始人投资的咖啡品牌Brisky Coffee(轻醒咖啡)苏州首店开业。

7分甜并不是首个涉足咖啡的新茶饮品牌,奈雪的茶、茶颜悦色、蜜雪冰城、书亦烧仙草、喜茶等品牌均已投资或自主成立了咖啡品牌。

在业内人士看来,咖啡与新茶饮在一定程度上存在消费群体重叠的情况,新茶饮企业布局咖啡业务,能吸引到一些单品类的消费者购买咖啡或者茶饮,丰富了自身的产品品类,也扩大了消费人群。未来茶饮与咖啡融合是一大趋势,但双方互相取代难以成立。

7分甜创始人“转行”做咖啡

随着新茶饮行业的不断发展,我国新茶饮品牌不再满足于扎根本行业,蓬勃发展的咖啡行业迎来了不少新茶饮行业玩家。

日前,轻醒咖啡在苏州十全街开出了全国首店。这家咖啡品牌之所以备受关注,是因为其背后有着新茶饮品牌7分甜的身影。

一位新茶饮从业人员介绍,新茶饮发力咖啡业务,有补充产品线的需求。咖啡在毛利率方面是不错的,新茶饮企业布局咖啡业务也有出于提升毛利率的考虑。

“消费者对咖啡的接受程度越来越高,多一个选项,多一个机会。”

专注茶饮连锁的年轮战略咨询创始人段北海认为,新茶饮品牌做咖啡是必然的。“每个行业有市场机会时,都是隔壁行业从业者先参与,因为他们更容易发现机会,并且会有很多相似的资源能直接用、很多经验也能照搬。茶饮店、咖啡店,某种程度上来说就是一个行业的两类产品,两者互相转化和融合是必然的。”

新茶饮扎堆“喝”咖啡

在新茶饮行业,7分甜并不是首个做咖啡的品牌。咖啡赛道里,有的企业选择另起炉灶投资一个咖啡品牌或者自己成立新的咖啡品牌,有的企业则选择上新咖啡产品来进入咖啡赛道。

作为较早涉足咖啡行业的新茶饮,蜜雪冰城曾在2017年推出以现磨咖啡为主的全国连锁饮品品牌“幸运咖”,售价基本在10元以内。借助蜜雪冰城的供应链体系,幸运咖于2020年4月开放加盟。

自立咖啡品牌的还有茶颜悦色,今年8月,茶颜悦色推出的“鸳央咖啡”开业,标志着茶颜悦色正式涉足咖啡行业。9年前,茶颜悦色用“中茶西做”方式打开中国茶的另一面,如今在新零售咖啡浪潮来临的环境下,鸳央咖啡采用“西咖中做”的方式,以“新中式咖啡&茶”的定位,探寻咖啡的另一面。

除了自己成立新的咖啡品牌外,新茶

饮企业化身投资人,对咖啡品牌的投资也毫不手软。2021年7月,精品咖啡品牌Seesaw完成了由喜茶领投、老股东弘毅百福跟投的A+轮过亿元融资。公开资料显示,喜茶还投资了咖啡品牌少数派。

与喜茶类似,奈雪的茶在今年9月入股了咖啡品牌AOKKA咖啡,且持股超21.4%。今年5月,有消息称亦烧仙草战略投资长沙连锁咖啡品牌DOC咖啡,占股23.5%。今年5月,柠檬茶品牌“柠季”也传出全资控股投资咖啡品牌“RUU”的消息,RUU创始团队成员由前星巴克与字节系员工为主,目前该品牌以直营为主。

此外,还有一些茶饮品牌选择在菜单上加入咖啡产品。在新茶饮品牌益禾堂小程序上看到,除了新品推荐、水果茶等栏目外,菜单中还出现了“现磨咖啡”选项。

在段北海看来,各品牌涉足咖啡业务的选择以及背后的动机比较复杂,但主要来说,是资源和老品牌条件决定的。“手上有钱+原有品牌不适合上咖啡,那就再做一个咖啡品牌。总体来说,做新品牌机会更大、成本风险更高。老品牌上新产品,成本更低,机会也有限。”

品类边界逐渐模糊

茶与咖啡,这两款中西方的经典饮品,在中国市场正经历着产品形态多元化,且边界正逐渐模糊。

在过去十年间,中国咖啡市场进入高速发展阶段。相比新茶饮市场的迅速发展

展,国内咖啡市场也被业内认为仍有较大增长空间。与欧美发达国家相比,我国咖啡消费仍处于初期阶段。《2017—2021年中国咖啡行业投资分析及前景预测报告》显示,我国咖啡消费量以每年15%~20%的幅度快速增长。

从消费群体看,新茶饮品牌与咖啡品牌的消费群体有一定重叠。根据平安证券发布的《新消费研究之咖啡系列报告》显示,咖啡和茶饮用户目标群体存在重叠,90后和企业职员均为两类现制饮品的消费主力,但咖啡消费者的性别比例更为均衡。

同样,新茶饮与咖啡在购买时间、地点方面也极为相似。根据艾媒咨询发布的调研数据显示,新茶饮购物逛街、下午茶等场景下消费者购买率高,占比均超过五成,其次聚餐、看剧、约会、工作常见日常消费场景占比在三成左右。

新茶饮的发展正如日中天,如何继续保持较高增速,对新茶饮而言是下一步的命题。

平安证券在报告中表示,咖啡和茶饮可搭售,但相互渗透取代难成立。首先,咖啡与茶饮之间大范围的渗透取代不仅存在难以有效覆盖对方品类客群的问题,也面临较大的运营管理及成本投入压力,基于此背景,开发或投资新咖啡品牌成为国内部分茶饮公司的选择。其次,茶饮与咖啡的消费高峰存在错位,搭售少量基本产品,可以在运营、投资及采购压力增幅不大的情况下,作为一种品类的补充,以此提高门店坪效并满足顾客多元化的需求。

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

