

选题（20%）	说理（60%）	文笔（20%）	总分

作者：杨澍

学号：1900011739

学校院系：北京大学化学与分子工程学院

提交日期：2020 年 12 月 19 日

茶颜悦色武汉分店正式营业——经济学视角分析茶饮业的发展

12 月 1 日，著名茶饮品牌茶颜悦色武汉分店正式营业，这也是茶颜悦色第一次走出长沙，在省外开启直营店面。上午 10 点，茶颜悦色卖出了第一杯奶茶；而此时，队尾的排队时间预计为 8 小时之久。“黄牛”“代购”产业也应运而生，部分跑腿代购服务的收费已经涨到 300 元/次的“天价”。这些现象都反映了以茶颜悦色为代表的茶饮业的繁荣发展。以下，我们通过经济学的视角分析茶饮业繁荣发展的原因。

不难发现，茶饮业的主要消费群体是年轻人，更具体的说，是具有自主消费能力的 90 后和 00 后，他们时常在社交媒体中表达出自己对于奶茶的狂热。随着我国社会生产力的快速发展，年轻消费者对于衣食住行的消费要求已不再局限于满足生活需求本身。他们渴望从消费中得到一种身份的展示，一种生活品质的体现，这赋予了简单的消费以更丰富的效用。奶茶消费是其中的典型一例。广泛的需求使得各种品牌的奶茶店如雨后春笋般在各个城市生根发芽。从较高档次的喜茶，奈雪の茶，到价格较为亲民的 CoCo，1 点点，乃至校园门口的简易奶茶店，都有其特定的目标受众——较高档次的品牌侧重于服务消费意愿强，支付意愿高的年轻女性和白领，而亲民的品牌则侧重于学生群体。市场的差异化导致了消费的多元化，而消费的多元化也激励了不同档次的品牌进入行业，因为它们总可以与同一消费档次的消费者建立联系，完成交易。两者建立起消费上的依赖关系，促进了茶饮业的繁荣发展。

分析完了消费市场与消费群体的相互作用，我们不禁思考：究竟是什么样的魔力，使得年轻一代对于奶茶有着近乎狂热的喜爱呢？不难想到，广告营销，社交媒体的宣传在其中推波助澜；更为重要的是，茶饮文化在中国文化中始终占有一席之地，而以奶茶为代表的茶饮文化，与这一代年轻人的成长有着极其深厚的渊源。上世纪九十年代，正是港台文化在大陆盛行之时，与偶像团体，影视作品一同传入的就有港式奶茶与台湾的珍珠奶茶，尤以珍珠奶茶为甚。特别是中小学

附近，都有简单店面挂着台湾珍珠奶茶的牌子营业，或许它原本仅仅是一个文具店，与奶茶毫不相关。尽管它们做工粗糙，仅仅是简单的冲泡与勾兑，但由于价格便宜，口感香甜，依然能吸引大量的学生前来消费。另一值得关注的现象是香飘飘奶茶，一年卖出 7 亿多杯，杯子绕起来可绕地球两圈，既是为人津津乐道的广告词，也反映了它的受欢迎程度。然而，各类媒体报道的食品安全问题，对于内地刚刚起步的奶茶行业是一个重大打击，他们不得不谋求产业的升级来抛弃诸如“不健康”“勾兑”“添加剂”的负面标签。它们在原料的选取、做工的精细化以及口味的丰富化等方面，做出了很大改变，无形中进行了行业内部的一次“自清理”，也提高了行业的进入壁垒和专业化程度。资本的流入使得茶饮行业不断更新升级，品牌意识也逐渐形成。茶饮业从一个小众且个体的行业，发展成为连锁的大型品牌行业，从幕后走到了台前。以上的发展历程，恰与这一代人的成长经历在时间上有着惊人的重合度，这就不难解释年轻人对奶茶的狂热。

在北上广深等一线城市，各类奶茶品牌应有尽有。然而，茶颜悦色却是其中的一个特例。它 2013 年创立于长沙，七年以来共在长沙开启了上百家分店，却始终没有尝试进军长沙以外的市场。尽管如此，它也以优良的产品，适宜的定价，在市场竞争中赢得一席之地；直到今年 12 月，才在武汉开启了分店。长期不开分店的原因众说纷纭，主要原因是分店管理较为困难，产品质量难以保证，可能对品牌的口碑造成负面影响。然而，茶颜悦色最终还是迈出了这一步。一方面，这符合一个企业做大做强的必然要求；另一方面，茶颜悦色正面临着经营上的难题，亟待破局。“茶颜悦色”除了依靠优良的做工，知名的 IP 作为生长点以外，在价格定位上也颇具匠心。它抓住了人们的消费心理，规避 20 元的价格上限，价格区间集中于 10~18 元，坚持走高性价比路线，与竞争对手喜茶的轻奢路线截然不同；差异化的定价使得茶颜悦色获得了一批忠实的拥趸。尽管房租，工资等各项成本在上涨，但茶颜悦色依旧不敢涨价——创始人吕良担忧，涨价会带给消费者“红了就涨价”的感觉，消费者可能因此脱粉，得不偿失。各项成本的上升，使茶颜悦色已经徘徊在毛利率生存线附近。长期以来坚守长沙市场的底气源于各方资本的支持以及良好的市场口碑，而茶颜悦色本身也在谋求自己的生存道路。在武汉建立分店就是一种尝试，尝试利用原先积攒的口碑，在新的城市开辟新的市场，通过扩大产出，企图达到规模经济的效应。

在各种茶饮品牌层出不穷，都想趁着行业红利来分一杯羹时，多元化发展便成了企业谋求生存的必然途径。一方面，茶颜悦色坚持品质上的高要求；另一方面，茶颜悦色的视角已不仅仅局限于茶饮业。它利用长期积淀下的丰富 IP 价值，投入于各类文创产品。伴随着武汉门店的开业，还将推出武汉限定主题的周边产品，与当地的文化特色息息相关。可以预见，武汉分店的建立有利于该品牌的良性发展——而这也正是茶饮业繁荣发展的一个缩影，“茶饮业+”的经营模式还蕴藏着极大的商业价值。

2000 字

WORD 批量转 PDF 工具-未注册 注册码购买 QQ: 3049816538(注册后本文字和以下内容消失)

[成都购房咨询, 大专本科成都落户咨询, 成都社保代缴咨询 QQ:
3049816538](#)

2000 字