

选题（20%）	说理（60%）	文笔（20%）	总分

作者：徐晨阳

学号：1800013251

学校院系：北京大学城市与环境学院

提交日期：2020 年 12 月 18 日

浅析“网红奶茶店”背后的排队经济

2020 年 12 月 1 日，网红茶饮店“茶颜悦色”在武汉的首家门店正式开业，吸引了大量顾客前来购买品尝，并随之引发了排队浪潮，“排队 8 小时起”、“每人限购 4 杯”、“一杯奶茶被黄牛炒到 500 元”，茶颜悦色成为了当之无愧的绝对爆款商品。其实，不光是茶颜悦色，同作为新式茶饮的喜茶、乐乐茶等品牌也曾创下新店首营业排队超 2 小时的记录，而当首营业的热度过去，这些店铺的排队时间也并没有大幅度减少，即使是在开业很久的店铺里，购买一杯喜茶的平均等待时间也在半个小时到一个小时不等。“永远在排队”似乎已经成为了喜茶、乐乐茶等网红奶茶店的代名词，而其后所折射出的排队经济也逐渐引起人们的重视。

排队经济，指目前生活在事事都要排队的现象所折射出的一种经济形态，而具体到网红奶茶店，则体现为不论何时购买一杯奶茶都需要排队的现象中所蕴含的经济原理。那么，为什么人们会愿意花费如此长的排队时间只为购买一杯奶茶？排队经济又是如何在网红奶茶店行业中兴起的呢？

首先，不同于传统的街边奶茶店，网红奶茶店一般将开店位置选址在城市中较为繁华的闹市商业区，巨大的人流量为商家提供了充足的潜在购买客户，一旦出现排队现象，在好奇心和从众心理的影响下，人们会自然而然的认为这家店的产品值得购买从而加入到等待购买队伍中去，并由此引发蔚为壮观的排队潮。因此，排队现象作为证明品牌热度的最直观表现形式之一，可以在一定程度上提高产品销量，为商家创造更高的利润，往往是商家希望出现的场景。而在新店铺开门急需打响知名度的时候，有的商家甚至会主动通过雇佣专职排队人员的方式来引导排队潮的出现。这种营销手段在网红奶茶店中并不罕见，不论是前文所提到的茶颜悦色长达 8 个小时的排队时间还是喜茶最先入驻上海人民广场时所引发的 3 小时排队潮中，都被媒体揭露含有一定量商家自导自演的“水分”。

当然，除了商家主动营造的排队浪潮以外，由大量顾客购买而自发形成的排队现象也是网红奶茶店排队经济中不可忽视的一部分。从创建伊始，喜茶、乐乐茶等网红奶茶店便将其主要目标客户群体定位为年轻人，并打造了一系列新颖独特的产品，从饮品口感到包装设计，无一不迎合年轻人追求个性和美感的品味需求；与此同时，网红奶茶店将推广宣传的营销重

点放在年轻人聚集的微博、朋友圈等互联网新媒体上,利用明星和知名美食博主的热度在自媒体上进行爆炸式的宣传,实现品牌高曝光的同时,打造品牌的网红效应,并由此引发年轻人的好奇心,“为什么大家都在喝这个牌子,它究竟有多好喝?”在诸如此般的营销影响下,这些奶茶品牌利用年轻人追求潮流的心态,成功地将自己塑造成为了“年轻人必喝”的潮流奶茶,提高了品牌在年轻消费者群体中的知名度。当大量慕名而来的消费者在短时间涌入同一家店铺中,商家的出餐速度完全无法满足顾客的点单需求时,饮品的供不应求便导致了长时间的排队现象出现。而对于年轻的消费者而言,这些网红奶茶店所售卖的奶茶已经不仅仅只是一杯普通的茶饮了,它更是一种社交网络上的身份认同,当消费者拿到包装精美的饮品时,往往会选择拍照打卡后将饮品的照片上传到社交网络,以换取他人的点赞及关注,并通过这种方式获取额外的满足感,这种额外的价值会在无形中提高消费者对网红饮品店所出售产品的支付意愿,使得消费者对这些饮品具有更高的保留价格。当消费者对时间成本的估值较小,排队购买饮品所付出的时间成本与产品价格之和小于其对该产品的保留价格时,消费者就会选择忍受长时间的排队来购买产品,这也就不难解释为什么有人愿意排队 8 小时只为购买一杯奶茶了;而当消费者对时间成本的估值较高时,亲自排队购买饮品就成为了一件很不划算的事情,但其又愿意为一杯饮品付出较高的价格,因此高时间成本的消费者有动机通过支付一定量资金的方式雇佣低时间成本的人帮其排队购买饮品,当高时间成本的消费者愿意支付的佣金大于等于被雇佣者的时间成本或被雇佣者的预期最低工资时,交易就会发生。通过这种方式,一项新的职业就从网红奶茶店的排队经济中孕育而出,这就是我们常说的“跑腿”、“代买”等。

作为在消费品市场方兴未艾的网红奶茶店,其排队经济的兴起更多的是消费者与品牌间相互利用的结果,品牌利用消费者的排队现象进一步扩大产品知名度,谋求更高的利润;而消费者则利用品牌的知名度来获取社交价值,而这又进一步扩大了品牌的知名度,导致排队现象愈演愈烈,二者相辅相成、相互促进,共同构成了网红奶茶店背后的“排队经济”。■

参考文献

- [1]陈雅彬. 基于产权理论视角的中国排队经济研究[D]. 河北经贸大学, 2014.
- [2]马琰. 浅谈排队经济学的发展[J]. 科技视界, 2012(09): 53+22.
- [3]何广锋. 从喜茶和鲍师傅疯狂排队潮看网红经济的崛起[J]. 茶世界, 2017(05): 56-59.

**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)**

2000 字

**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**