



长沙网红现象级新茶饮品牌茶颜悦色来深圳了！

去年在武汉新店排队8小时，代购300一杯，深圳的男孩女孩会买单吗？

我们先看看今天的排队情况。

代购200元一杯

据悉，4月2日，茶颜悦色登陆深圳，开设为期三个月快闪店，这让不少深圳的年轻

人奔走相告“终于在深圳也能喝到茶颜悦色了”。

有意思的是，茶颜悦色深圳店开张前一天，不少网购平台已出现茶颜悦色代排队业务，一杯的代购价格甚至高达200元。



此前武汉店排队盛况空前，排队8小时起，外卖跑腿费100一次，黄牛价更是飙至300一杯。

然而，这只是茶颜悦色火爆的缩影。

此前据媒体报道，很多人坐着高铁去长沙喝茶颜，甚至在武汉的多个小区，已经出现了居民跨城团购。有武汉市民开私家车前往长沙购买百余杯奶茶并带回，参与团购活动的居民仅一个小区就多达超2700人。

让全国人民为之疯狂的茶颜悦色到底有何过人之处？

首先是产品定位，在新茶饮品牌林立的国内，茶颜悦色起初虽默默无闻但坚持，打造差异化产品。

作为大陆首创以中国风为主题的鲜茶店——茶颜悦色，反网红茶饮店之道而行，寻找市场空白定位。在原料上，茶颜悦色用更好的鲜奶、原叶茶等代替了奶精和调配茶，更强调茶的质感。

因此，当很多人对奶茶感到甜、腻的时候，茶颜悦色给大家的印象却是清爽、无负担。

此外，茶颜悦色看准了茶饮竞争的本质是文化的较量。在包装，视觉设计，文化定位上注重中国元素的符号化表达。

这点可以体现在产品名称上，在茶颜悦色的菜单上，绿茶为“浣纱绿”，红茶为“红颜”，以坚果、巧克力等配料为“豆蔻”；而单品名也极具古风：声声乌龙、烟花易冷、蔓越阑珊……单听名字，就充满了古风的诗情画意。

创始人吕良在茶颜悦色的5年里，为了延续中国风，花费数百万先后买下宫廷画手郎世宁、以及其他名画的版权，用于产品设计上。

最重要的是，在快餐化的新茶饮品牌中，茶颜悦色做到了海底捞般的服务，不管什么时候走进茶颜悦色的门店，都会听到这样的话“这是您的幽兰拿铁，这杯饮品要一挑二搅三喝”一天八小时，重复上百遍。对回头光顾的顾客还要反复解说“用这个吸管先把碧根果和一半奶油挑着吃……”要做到每一遍都细致、耐心、面带笑容，这不是一件易事。

二十四节气的时候，还会对每一个到店顾客说当天应该吃的食谱；下雨的时候，门店准备的有及时伞；甚至每一家门店都有小药箱，里面有创可贴藿香正气水等应急用品；对出品不满意，可以到任意门店，拥有“一杯鲜茶的永久求偿权”。

在NCBD(餐宝典)发布的《2020上半年中国最受消费者欢迎的茶饮品牌排行榜TOP

30》中，茶颜悦色以91.87的欢迎指数位居第二，仅次于喜茶。



The image shows a ranking chart titled "NCBD 排行榜" (NCBD Ranking Chart) for "2020上半年十大最受欢迎茶饮品牌" (Top 10 Most Popular Tea Brands in H1 2020). The chart lists 10 brands with their respective welcome indices. The brands are ranked from highest to lowest index: 1. 喜茶 (92.11), 2. 茶颜悦色 (91.87), 3. 奈雪の茶 (89.36), 4. 蜜雪冰城 (80.86), 5. CoCo都可 (77.07), 6. 书亦烧仙草 (75.84), 7. 1點點 (74.93), 8. 古茗 (73.59), 9. LELECHA乐乐茶 (72.28), 10. 益禾堂 (71.55).

序号	品牌名称	欢迎指数
1	喜茶	92.11
2	茶颜悦色	91.87
3	奈雪の茶	89.36
4	蜜雪冰城	80.86
5	CoCo都可	77.07
6	书亦烧仙草	75.84
7	1點點	74.93
8	古茗	73.59
9	LELECHA乐乐茶	72.28
10	益禾堂	71.55

再次“破圈”

深圳是茶颜悦色选择的第二站，餐饮行业业内分析人士指出，快闪店是为了来一线城市试试水。

此前表示绝不出长沙的茶颜悦色，于2020年1月中旬，在官博中打出#茶颜悦色进军武汉#的话题。

ps: 出长沙我们仍然会采用直营模式，不加盟，不做代理。谢谢大家诚意十足的咨询，但直营真的是我们能保证茶颜品质服务的最优模式。纯属个人舒适不接受辩论。

解释一嘴为啥先不考虑北上广深。

真的不是偏见，还是我们自身能力的问题，路一步一步走才稳，包子一口一口吃才不会噎着，第一步外出打拼如果我们撑不死，北上广深一定会来的。



2020，茶颜悦色发布了《关于茶颜悦色2020年外区规划自白》，表达了走出长沙的决定，并表示“出长沙我们仍然会采用直营模式，不加盟，不做代理。”进军一衣带水的武汉，成为茶颜2020的开店计划，疫情渐消，武汉解封，茶颜首签武汉江宸天街，之后增长至近十家。

截至2020年12月，茶颜悦色共在长沙本地开出290余家直营店。仅在长沙最热闹的街区片区——五一商圈，茶颜悦色就已布局81家门店，甚至达到“方圆十米能见一间”的地步。

## 阿里巴巴间接入股

艾媒咨询数据显示，超过六成新式用户年龄位于26-40岁，33.8%的用户每周消费一次新式茶饮，16.0%每天消费一次，新式茶饮逐渐成为中青年群体的高频消费品，这也推动了新式茶饮市场快速发展。

截至2021年2月11日，喜茶门店超过700家，一点点门店超过4000家，蜜雪冰城门店超过11000家，可见新式茶饮品牌行业品牌众多，竞争异常激烈，但行业尚未定局，仍有变化的可能。

曾经小而美的新茶饮行业，早已不是街边自给自足的生意，而是不断被资本和市场裹挟向前。2020年底以来，喜茶，奈雪等头部品牌相继透露IPO计划。一些腰部品牌也紧随其后不断融资。

天眼查资料显示，2019年8月27日，茶颜悦色的运营主体湖南茶悦餐饮管理有限公司发生工商变更，苏州元初投资合伙企业(有限合伙)成为新增股东，持股比例6.32%。而苏州元初的股东之一就有杭州阿里巴巴创业投资管理有限公司。

序号	变更日期	变更项目	变更前	变更后
1	2019-07-05	股东变更	长沙茶悦食品销售有限公司, 长沙益兰管理咨询有限公司(有限合伙), 长沙茶悦管理咨询有限公司(有限合伙), 成都元承创业投资中心(有限合伙), [新增] 深圳市天图东融中小企业股权投资投资基金合伙企业(有限合伙)	长沙茶悦食品销售有限公司, 长沙益兰管理咨询有限公司(有限合伙), 长沙茶悦管理咨询有限公司(有限合伙), 成都元承创业投资中心(有限合伙), [新增] 苏州元初投资合伙企业(有限合伙) [新增] 苏州源融股权投资合伙企业(有限合伙), [新增] 武汉福宏股权投资合伙企业(有限合伙), [新增] 武汉源融股权投资合伙企业(有限合伙) [新增]
2	2019-07-05	高级管理人员备案(董事、监事、经理等)	吕良, 孙李勇, 孙翠英, 潘琴	周子言 [新增], 孙翠英, 孙李勇, 潘琴, 吕良
3	2019-07-05	章程备案	无	2019-07-05通过新的公司章程。
4	2019-07-05	注册资本变更	500万人民币	624,615,300万人民币 (+24.92%)



因“阿里入股”传闻登上热搜的长沙茶饮品牌茶颜悦色，通过官方微博发布声明称，投资茶颜悦色的其中一家公司由阿里投资，因此“阿里巴巴入股茶颜悦色”的说法不算准确，但确实有关联。



间接入股股东曾入股小红书，每日优鲜

除了阿里系，入股茶颜悦色的还有另外的大咖。

股权向上穿透，可以看到苏州元初投资合伙企业的股东还有元生资本。元生资本成立于2015年，由前腾讯副总裁、腾讯投资并购部总经理彭志坚与前腾讯投资并购部副总经理许良创办。曾投资过小红书，每日优鲜，每日优鲜便利以及探探等知名项目。

