

网红奶茶店的“猫腻”还能玩多久

茶芝兰品牌代言人马伊P道歉、蜜雪冰城官方微博发布致歉声明……一天之内，两则道歉声明成功将网红奶茶的话题送上热搜。在“秋天的第一杯奶茶”等营销下，依靠小红书、抖音等平台推广，奶茶市场迎来爆发期，奶茶也已经不单是饮品，而成为热门生意。

然而，奶茶生意并没那么好做。业内人士称，奶茶店加盟的门槛不高，给人感觉利润很大，因此很多人想要加入，这也是茶芝兰众多加盟商被骗的原因之一。

饥饿营销

两则道歉声名中的主体均为现制茶饮，这也被业界认为是现制茶饮近年来走红背后的乱象显现。5月15日，马伊P转发工作室致歉声明并表示“向各位加盟商受害者道歉。目前我们正积极配合警方调查”。

同一天，针对蜜雪冰城股份有限公司旗下门店郑州永安街店、济南大观园店、武汉马湖商业街店存在篡改开封食材日期标签、使用隔夜茶汤奶浆半成品的食品安全问题，蜜雪冰城通过官方微博发布致歉声明称，已责令涉事门店停业整顿。

对于上述问题，蜜雪冰城相关负责人向北京商报记者表示，对于篡改一些原材料的效期，实际上是材料或者产品最佳口感饮用日期，并未修改生产日期或者保质期。而对于涉事门店、涉事门店所属省市的门店以及全国门店也已经进行自查，并且配合相关监管部门进行检查，后期对于门店管理的规划将在检查完后进行官方通告。

快消品新零售专家鲍跃忠告诉北京商报记者，现制茶饮品牌问题频繁登上热搜，也反映出该市场的火爆，现制茶饮普遍被消费者所接受，特别是在资本的推动下，整体行业迅速发展。

行业迅速发展可以从一些上市消息中窥探一二。几个月前，奈雪的茶正式递交了招股说明书，启动上市流程。而蜜雪冰城也传出将在A股上市的消息。还有消息称，喜茶已经正式启动上市计划，计划下半年赴港上市。另外，古茗、七分甜、沪上阿姨等品牌也均披露了获得融资的消息。

而一杯“网红”奶茶并非能那么轻易拿到。一位常去购买喜茶的“90后”消费者告诉北京商报记者，一般去喜茶门店购买都要等30分钟以上，有时候虽然看着门店里面没什么人，但一取号就基本意味着要等位。

2020年8月，#秋天第一杯奶茶#的话题一夜之间火遍了微博和朋友圈，在微博的阅读量达到了24.2亿。随着奶茶话题被消费者热捧，一条关于茶颜悦色“排队排到3万号，一杯奶茶的代购费近200元”的消息也曾一度冲上热搜。据悉，该品牌武汉首店开业当日也是排队排到了马路上，8小时才能买到一杯奶茶。

在中国食品产业分析师朱丹蓬看来，现制茶饮迅猛发展与各品牌的营销有一定关系。其中，最为大家熟知的可能就是制造饥饿营销，请“演员”来排队“撑门面”。

低利润扩张

想在快速发展起来的市场中占有一席之地，就得有自己的特色或者说不同于其他品牌的玩法。与喜茶、奈雪的茶等品牌动辄二三十元的价格不同，蜜雪冰城主打“亲民”价格并虏获了诸多消费者。

北京商报记者走访发现，目前市面上一杯现制茶饮产品的价格基本在十几元到二三十元不等，而蜜雪冰城的产品价格大多为个位数。

在朱丹蓬看来，蜜雪冰城出现食安问题的原因主要是低利润扩张下的战略导致，蜜雪冰城定价偏低，门店不断扩张的情况下利润空间进一步被压缩，一定程度上导致其对员工以及门店的管理出现问题。

“开一家蜜雪冰城门店预计需要30万元的费用，目前位于河南的一家门店最高一个月流水可达上百万元。”一位蜜雪冰城的加盟客服向北京商报记者介绍道。

北京商报记者以加盟商的身份咨询了蜜雪冰城客服，对方表示，如果审核一切顺利，最快半个月就能开店。在蜜雪冰城的客服发来的加盟要求上可以看到，其加盟的主要条件除了要认同公司的企业文化、经营理念，遵守公司经营规范外，还需要亲自参与门店运营(每个月在店时间不低于90个小时)，并积极参加公司组织的培训管理等学习，预投资金额在30万元以上等。

按照蜜雪冰城加盟客服方面给出的估计，一家开在北京的店铺一个月流水一般可达到10万元，按此计算则一个月盈利在2万-3万元左右，大概一年左右时间可以回本。

不过，有着多年奶茶店经营经验的刘先生告诉北京商报记者，现在市面上有一半的奶茶店都在赔钱，有些甚至长期难以回本。

“套路加盟”

刘先生的话在奈雪的茶招股书中似乎可以得到一些验证。奈雪的茶是在新式茶饮赛道中客单价最高的品牌，但其却常年处于亏损状态。数据显示，2018年、2019年在非国际财务报告准则下，奈雪的茶净亏损分别为5658万元和1173.5万元，2020年前九个月，奈雪的茶营收21.1亿元，亏损2751万元。

既然奶茶店都在赔钱，为什么还有很多人趋之若鹜地开店呢？刘先生说，这是因为一般加盟商都以为奶茶店门槛低、利润大。“这对于加盟商而言并非是多高的门槛。”刘先生告诉北京商报记者：“现在开奶茶店，其实最大的成本是加盟费，如果你加盟好的品牌，加盟费比你开店成本要高得多。可是如果你不加盟，自创品牌的话风险就很大，因为别人不认可你的品牌。”

从企业端来说，不断扩大门店建设能够快速建立品牌知名度。奈雪的茶曾在招股说明书中称：“扩大我们的茶饮店网络、建立知名品牌并积累庞大且不断增长的客户群既费钱又费时。我们的绝大部分资金用于投资开设新茶饮店所产生的资本支出和相关成本。”

但也正是加盟，让可钻的空子更多。近日，上海警方破获一起重大“套路加盟”奶茶店诈骗案，抓获90余名犯罪嫌疑人，涉案金额高达7亿余元。而曾经雇人排队的茶芝兰奶茶店正是属于此团伙旗下的品牌。

据了解，犯罪团伙以每人每日40-80元不等的价格雇佣人员冒充消费者，在奶茶店铺前循环排队，营造生意火爆的假象。但与想象中不同，这家奶茶店“排队充场”最终“收割”的目标人群，可能不是消费者，而是加盟者。

有业内人士分析，对于投资人来说，很难判断眼前的排队景象是消费者还是被雇佣者，低投入高回报本身就是一个深渊，虽然政府相关部门曝光了大量的诈骗案件，但各种诈骗投资更是改头换面重新开骗。