

# 首次全年盈利的奈雪的茶 正越来越「接地气」

從2021年6月到2023年底，上市的奈雪的茶用一年半的時間，終於進入了自己的「盈利時代」。

根據奈雪的茶近日披露的財報，2023年，公司營收51.64億元，同比增長20.3%；經調整淨利潤2090萬元，上年同期虧損4.61億元，扭虧為盈。

由盈利表現可以看出，奈雪的茶堅持以直營為主的經營模式，仍可兌換較高的商業價值，但是，多年過去，資本市場的期許也發現一定變化。

可以看到，近年來，茶百道、蜜雪冰城、古茗等新茶飲品牌紛紛遞表爭做「新茶飲第二股」，並拿出突出的業績表現吸引資本市場關注。這種情況下，投資者對奈雪的茶的要求，已不是扭虧為盈，而是釋放更大利潤。

這種情況下，奈雪的茶又將如何在保持品牌優勢的基礎上，進一步打開增長空間，以增強資本信心？

## 精細化運營直營門店

### 奈雪的茶緩步釋放利潤

從財報來看，2023年，直營門店依然是奈雪的茶的重要營收支柱。財報顯示，2023年，奈雪的茶直營門店營收46.92億元，占總營收的90.8%，同比增長18.22%；直營門店經營利潤率為17.7%，同比增長5.9個百分點。

具體來看，奈雪的茶直營業務能取得這樣的業績表現，或得益於「降價+控本+挖掘私域流量」的綜合作用。

就降價而言，近年來，消費者對產品性價比的偏好已越來越明顯。紅餐大數據顯示，截至2023年12月，超八成的茶飲品牌人均消費價格低於15元，其中10-15元占比最高，達到了51.4%，人均消費價格在20元以上的品牌占比只有3.6%。

這輪趨勢下，奈雪的茶也在逐步「放下身段」。財報顯示，2023年，奈雪的茶直營門店每筆訂單平均銷售價值為29.6元，同比下降13.7%。

而在這一過程中，大力控制成本支出也是重要動作。根據財報，2023年，奈雪的茶原材料、人力、租金三大經營成本較上年降低4.6個百分點，為利潤增長留出了一定空

間。

同時，加強會員體系建設，以海量私域流量推動發展。財報顯示，截至2023年末，奈雪的茶註冊會員數達80.5百萬名，月活會員數約4.7百萬名，月復購率約23.9%。

這些忠實擁躉為奈雪的茶貢獻了可觀的自提訂單。財報顯示，2023年，奈雪的茶自提訂單總額為20.45億元，占直營門店總營收的43.6%，同比增長9%。

總體來看，依托直營模式，奈雪的茶仍踏實走出了一條增長路徑。不過，長遠來看，若僅依靠直營模式，挑戰也不可忽視。

具體而言，直營模式下，企業的成本收窄空間還是較為有限，仍需直面材料、租金等方面的成本壓力。另外，眾所周知，目前我國新茶飲行業已經邁入「萬店時代」，「百米內十家飲品店」正成為現實。

為了實現市場份額的快速提升，相關品牌希望更加低成本、快節奏地擴張，加盟模式由此逐漸成為品牌經營重心。

以茶百道為例，招股書顯示，截至2023年底，茶百道已開出7801家門店，僅6家直營門店，99%以上為加盟店。隨著規模效應增強，茶百道的營收也在高速增长。招股書顯示，2021-2023年，茶百道營收分別為36.44億元、42.32億元、57.04億元。

另外，由於加盟模式重輕資產運營，茶百道的成本壓力並不大。招股書顯示，2023年，茶百道的分銷及銷售費用、行政費用、研發費用分別為1.31億元、4.2億元、0.16億元，分別占總營收的2.3%、7.4%、0.3%。這也成為茶百道斬獲亮眼利潤的關鍵。2021-2023年，茶百道淨利潤分別為7.79億元、9.65



億元、11.51億元。

這種情況下，奈雪的茶走上加盟之路也成為必然。據瞭解，2023年7月，奈雪的茶宣佈對主品牌開放加盟。截至2023年底，奈雪的茶有81家加盟門店。

但從財報也可以看出，與茶百道等企業不同的是，奈雪的茶並未「All in」加盟模式。財報顯示，截至2024年2月底，奈雪的茶僅有約200家加盟門店開業。對比而言，同期奈雪的茶有1574家直營店。

財報中，奈雪的茶坦言，「在可預見的未來，奈雪的茶直營門店仍將是我們的主要業務重心」。而這或許是因為，直營門店對於品牌形象塑造、快速響應消費者需求有顯著優勢。此外，2023年一系列降本增效舉措，也逐漸回正了奈雪的茶直營門店的現金流。不過，結合當下新茶飲市場的競爭形勢來看，奈雪的茶若想實現更高增長，還是需要進一步加快「直營+加盟」雙輪轉動，借力加盟模式，在增量市場斬獲紅利。

## 「直營+加盟」雙輪驅動

### 奈雪的茶奔向下沉市場

近兩年，新茶飲賽道異常喧囂，降價、加盟、IPO等熱詞不斷湧現，但硬幣的另一面是，國內新茶飲市場正面臨增速放緩的挑戰。

艾媒諮詢數據顯示，2023年，我國新茶飲市場規模為3333.8億元，同比增長13.5%，預計此後幾年市場規模增速將進一步降低至個位數。這鮮明反映了，我國新茶飲市場已邁入存量增長時代。

在此背景下，諸多新茶飲企業為了避免「內耗」，致力於加碼更具成長性的下沉市場。CCFA聯合美國發佈的《2023新茶飲研究報告》顯示，2023年上半年，四線及五線城市新茶飲外賣訂單量增速分別為30%和36%，高於新一線至三線主體市場的28%，「下沉市場新茶飲空間逐步打開」。

之所以新茶飲下沉市場的發展略滯後於行業大盤，很大程度上都是因為此前下沉市場需求較為碎片化，並且相較高線城市，低線城市消費水平偏低，難以成為新茶飲企業的首要佈局之地。而近年來，隨著消費需求持續釋放，一些新茶飲企業靠一二線市場構築供應鏈基本盤後，逐漸向下沉市場滲透，俘獲新生代流量，實現了規模效應的增強。

以滬上阿姨為例，數據顯示，截至2023年9月末，滬上阿姨擁有7297間門店，其中49%的門店位於三線及以下城市。2021-2022年以及2023年前三季度，滬上阿姨分別實現營收16.4億元、21.99億元以及25.35億元，淨利潤0.83億元、1.49億元以及3.24億元。

而對於更加偏向一二線城市佈局的奈雪的茶、喜茶等品牌而言，下沉市場或具備更為顯著的拓展潛力。

2024年2月，奈雪的茶公佈加盟新政，單

店投資預算調整為58萬元起，相較最初開放加盟時需要100萬及以上流動資金驗資證明，奈雪的茶最新加盟門檻已「腰斬」。市場類型方面，除北上廣深及武漢、西安、南京、西藏外，其他城市（包括縣域市場）全部開放加盟。

顯而易見，目前奈雪的茶正在借力加盟，積極在下沉市場探尋增量。當然，競爭形勢也不可忽視，尤其是面對蜜雪冰城等已在下沉市場佔據高地的品牌。招股書顯示，在三線及以下城市，近年來蜜雪冰城的門店占比均超過50%，領先性較為顯著。

## 這種情況下，奈雪的茶又將如何突圍？

一大抓手是突出質價比優勢。實際上，當前新茶飲行業正在進入品質驅動發展時期。根據《2022現制奶茶原料消費者認知調查報告》，超七成受訪消費者對奶茶產品中的奶原料品質非常關注；超一半受訪消費者十分排斥使用了植脂末的奶茶產品。

這種背景下，相關品牌想要進一步佔領消費者心智，無疑需要專注產品品質提升。在此方面，奈雪的茶或可進一步發揮優勢。據悉，奈雪的茶成立之初，就率先將「原葉好茶」與「鮮奶」結合，這一過程中，「高品質」逐漸沉澱為產品標籤。

值得一提的是，加盟模式下，產品品質其實較難保持統一，基於此，奈雪的茶也對加盟商提出要求。比如，在原料使用上，加盟商需要通過奈雪供應鏈，採購從山南海北甄選的優質茗茶、「全球逐鮮」好果；而在員工培訓環節，奈雪的茶加盟商均需經過理論+時間課程及輪崗考核。

另外，考慮到下沉市場的消費者性價比需求更為顯著，一定時期內，推廣低價產品仍將是奈雪的茶的主要動作。據瞭解，目前，奈雪的茶主流價格帶穩定在9-19元區間，相關產品占比近80%。

而從相關數據來看，高品質疊加合理價格，已助力奈雪的茶在三四線城市取得一定成果。公開信息顯示，奈雪的茶福建龍巖、河南商丘等多地加盟門店單月營收超70萬元；在今年三八婦女節期間，處於內蒙古五線城市烏海的萬達店兩日營業額近10萬元。

值得一提的是，除了質價比，奈雪的茶還可進一步推進多產品佈局，以加強差異化優勢。據悉，相比大多數新茶飲品牌只專注現制茶飲銷售，奈雪的茶還佈局烘焙產品、瓶裝飲料等業務。根據財報，這些業務也在持續放量，其中，烘焙產品營收7.08億元，占總營收的比重為13.7%；瓶裝飲料營收2.67億元，占總營收的比重為5.2%。

綜合來看，在「直營+加盟」雙輪驅動模式下，奈雪的茶奔向下沉市場已經具備一些先天優勢，站在新的起點上眺望未來，奈雪的茶更大的發展空間正在逐步打開。



## 《達圖爾傳》

### 第二部《奔騰年代》

美國兵對托利說：「想裝什麼裝什麼，能裝多少裝多少。沒有庫房存，日曬雨淋的，早晚也得報廢。運回去連運費都賣不回來。」

開了幾趟後，托利和大夥兒商量。

「這也太划算了！用買廢鐵的價格買新車，還能裝一車輪胎備件！我看，我們把那一百多輛全開回來算了。」

「當然好啦，可是我們哪有那麼多錢啊！」

「不用但心這個，依琳娜小姐為你們準備了足夠的錢。這筆錢由我控制，你們按需支取。利息按銀行貸款利率的一半算。你們第一步是改裝車，第二步是搞運輸公司。彼特爾和依琳娜都希望你們能把這個事業做好，既賺了錢又解決了菲尼亞老百姓出行的困難。」

大家的情緒一下子就高漲了起來。誰都知道，這些東西就算賣廢鐵都不虧本。

美國大兵也很開心，既銷了賬又騰出了場地！

倒騰完這個基地裡的吉普車後，那三個學機械的兄弟很坦誠地和托利商量。

「托利先生，我們三個商量了一下。我們有這樣一個想法，現在我們就成立一個公司，公司的財務由您安排人負責管理，我們負責改裝和辦交通，現在我們從依琳娜小姐那裡借款，按您說的利率都沒問題。我們想啊，這個公司依琳娜要占30%的股份、您要占10%、我們三個各占20%的股份。」

看來，能在戰場上活下來的，只要沒被嚇傻，頭腦都是夠用的。

## 第26章 隕落與新生（第2節）

他們當然知道，以後如果沒有彼特爾和依琳娜的幫忙，很多事情是他們沒辦法解決的。依琳娜當然也很開心，她馬上聯繫彼特爾，讓他想辦法幫忙又掃蕩了幾個美軍基地。

正當彼特爾的兄弟們歡欣鼓舞的掃蕩美軍基地的時候，桑托斯總統也正在夜以繼日的奔忙。菲尼亞太需要錢了，辦教育要錢、辦交通要錢、搞建設要錢、搞醫療要錢，然而稅收還是那麼可憐的一點點。桑托斯也動過土地的那個頭，但很快就放棄了，國會裡的大佬們一大半都是大地主，想打他們的主意不僅要曠日持久而且難比登天。長遠看，稅收的增長要依賴更多的工廠企業，然而要吸引人投資建廠就要有起碼的基礎設施。從投資建設到產生稅收起碼要2到3年的時間，然而人們的就業不



能等、國家的建設不能等、選情不能等、反對派更是從來就沒等過。

自當選以來，桑托斯想盡一切辦法從美國那裡弄貸款、拉援助、搞投資。同時，他不斷地在各個場合遊說菲尼亞各大家族投資辦企業；他馬不停蹄地在各個美軍基地視察、拜訪、演說。他宣傳美軍基地給菲尼亞帶來的防衛安全，以抵消那些反對的聲音；他要求建設中的美軍基地盡可能多的僱傭當地勞工，以解決當地人的就業問題；他請求美軍在搞建設的同時，順帶著把周邊的學校和公路也修了。

桑托斯的要求美軍一般都會答應，因為這既給了總統面子，又能瓦解反對派的民意基礎，打擊反對派的氣焰。現在的菲尼亞對美國來講顯得尤為重要，大戰後的中國、越南、韓國、德國等很多國家的內部分成了不同的陣營，兩股勢力或是對立或是廝殺。美國希望菲尼亞能成為美式民主的典範，以抵制那個龐大的蘇聯在亞洲掀起的紅色浪潮。

今天，1948年4月15日，桑托斯總統率領他的幕僚披星戴月一路北上，先是視察了建設中的北方公路，然後去美軍克拉克空軍基地參觀，在和美國人就基地外公路、醫院、學校建設達成一系列共識後，桑托斯總統發表了振奮人心的演說。

隨後在和各界代表座談時，他突然感到眩暈並發生嘔吐，美軍基地裡的醫生立即進行了檢查。在意識短暫的清醒時，當他得知情況很危險後，桑托斯回憶起自己在競選時反對修建各種紀念碑的情景，於是他反覆叮囑托馬斯和身邊的人，千萬不要給自己修紀念碑立雕像。