



2024年开年第一个工作日,茶饮品牌蜜雪冰城、古茗在港交所递交招股书。继2023年8月茶百道递交上市申请书后,新茶饮赛道扎堆冲击资本市场已是现实。

现代快报+记者 王新月

# 蜜雪冰城、古茗递表港交所 “新式茶饮第二股”竞争白热化

## 蜜雪冰城、古茗同天递表港交所

1月2日,蜜雪冰城、古茗两大茶饮品牌在港交所首次递表。招股书中,蜜雪冰城自称“中国第一、全球第二的现制饮品企业”。古茗则自称是“大众现制茶饮店市场份额第一”。

蜜雪冰城起步于河南县城,主要售卖2-8元价格区间内的果饮、茶饮、冰淇淋。根据灼识咨询报告,按出杯量计,蜜雪冰城的冰鲜柠檬水、新鲜冰淇淋和珍珠奶茶,是国内现制饮品行业销量最高的三个单品,2023年1-9月,分别售出约9.13亿杯、4.42亿支、3.26亿杯。

古茗起步于浙江小镇,定价在10-18元之间,主要售卖水果茶、奶茶和咖啡。其中,卖得最好的是水果茶,占售出杯数的51%;其次是奶茶,占38%;最后是咖啡及茶咖类,占11%。根据灼识咨询报告,古茗是中国10-20元价格带中最大的现制茶饮店品牌。

据招股书,古茗2023年一年卖出约12亿杯饮品,GMV(商品销售额)192亿元;蜜雪冰城在2023年前三季度卖出58

亿杯饮料,门店网络实现约370亿元的终端零售额。古茗2023年前三季度的总收入为55.71亿元,毛利率31%;蜜雪冰城2023年前三季度的收入为153.93亿元,毛利率29.7%。

2020年6月,蜜雪冰城门店数突破一万家。此后,“谁是下一个新茶饮万店品牌”一直是热点话题,茶百道、古茗在2023年向万店规模发起冲刺。截至2023年底,蜜雪冰城全球门店数已超3.6万家,古茗门店数为9001家。茶百道2023年8月就递交港交所上市申请书,同年12月21日获中国证监会备案。现代快报记者从该品牌客服处了解到,目前该品牌已开有8000多家门店。

值得一提的是,古茗至今未在北京、上海开店,约79%的门店位于二线及以下市场。其全国布局的15个省份中,核心主力是浙江、福建和江西。招股书显示,浙江、福建、江西、广东、湖北、江苏、湖南及安徽这八个省的加盟店为古茗贡献了近九成的GMV(商品销售额)。记者注意到,古茗目前在南京还没有门店。



南京新街口附近的一家蜜雪冰城  
现代快报+记者 王新月 摄



古茗门店  
图片来自古茗茶饮微信公众号

## 营收来自加盟商,供应链条较完善

“新式茶饮第二股”花落谁家还有待观察。不过,记者从茶百道、蜜雪冰城、古茗三家新茶饮品牌的招股书中发现,三者核心商业模式上有类似之处。

据招股书,蜜雪冰城加盟商占比99.8%,古茗加盟商占比99.9%,茶百道加盟商占比99.9%。其中,古茗、茶百道直营门店仅6家。

蜜雪冰城、茶百道两家90%以上的收入均来自向加盟商出售货品及设备销售特许经营使用费等。而古茗的主要收入来源是面对加盟商销售商品和设备,2021-2023年前三季度,这部分收入的占比分别为80.9%、81%和80.4%。此外还有加盟管理服务,包括初始加盟费、持续支持服务费、提供培训及其他服务。2021-2023年前三季度,这部分收入的占比分别为19%、18.8%、19.5%。

可以看到的是,新茶饮连锁快速发展的背后,加盟的商业模式功不可没。2022年以来,喜茶、乐乐茶、奈雪的茶等直营品牌也陆续开放加盟,以扩大品牌的购买便利度,触达更多消费者。

此外,这些茶饮品牌在供应链方面也下了大功夫。因为柠檬水这款爆款产

品,蜜雪冰城需要采购大量的柠檬,于是建设了柠檬基地,目前蜜雪冰城拥有五大生产基地,分布在河南、海南、广西、重庆、安徽。

据招股书的数据,蜜雪冰城是中国现制饮品行业中极少数实现加盟商的饮品食材、包材及设备100%从品牌方采购的品牌,其配送网络覆盖300个地级市、1700个县城和3100个乡镇,在超过90%的国内县级区域实现12小时内送达。

古茗则拥有强大的冷链物流能力,与其菜单上的水果茶占比较大有关。据招股书披露,超7成的古茗门店都在距离仓库150公里的范围内。

招股书显示,茶百道通过自营和第三方合作的方式,建立了覆盖全国范围的仓储物流网络,对原材料从入库到出库的全程进行精细化仓储管理,还实现大部分门店核心水果品类的统一采购与配送,部分核心水果与全国优质水果产区直接签署采购协议,从源头批量锁定长期供应。2023年11月底,“茶百道与霸王茶姬等合资成立新公司”的消息登上热搜,有业内人士分析,该公司的成立,很可能是双方要在供应链端共建共享。

## 创新是新茶饮品牌必备的核心能力之一

2023年9月,中国连锁经营协会新茶饮委员会等发布《2023新茶饮研究报告》(下称《报告》)。《报告》显示,2023年新茶饮消费市场规模有望达到1498亿元。至2025年,国内消费市场规模预计进一步扩张至2015亿元。《报告》称,如果竞争是一场马拉松,产品上新能力已经成为拉开新茶饮品牌奔跑身位的核心能力之一。

在招股书中,可以看到新茶饮行业在创新方面的比拼,但不局限于产品。古茗提及产品创新,推出季节性系列产品;茶百道强调营销创新,贴合年轻人;蜜雪冰城在供应链、研发上寻求创新。此外,三家在招股说明书中都提及科技驱动发展,如智能化、数字化的供应链体系、运营体系等。

2021年6月30日,“新式茶饮第一股”奈雪的茶正式于港交所挂牌上市,开盘即破发。2023年8月,奈雪的茶发布2023

年半年报。财报数据显示,2023年上半年公司实现营收25.94亿元,同比增长26.8%;实现归属公司股东净利润6609.8万元,而2022年上半年公司亏损金额达到2.54亿元。这是奈雪的茶自登陆港股以来,交出的首份货真价实的盈利报告。

冲击资本市场似乎成了头部新式茶饮企业下半场竞争的共同目标。新式茶饮品牌为何热衷上市?浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林此前在接受现代快报记者采访时表示,上市一方面是为了融资,另一方面还有一个潜在的目的,就是提高股权的变现能力,又或者是通过价值再发现来提升上市公司的估值。对于新茶饮的实控人,融资能够提高新茶饮的扩张能力,甚至可以去海外经营扩张;对于新茶饮的财务投资人,上市则能投资变现。



新郎张义凌与新娘程佳于癸卯年冬月廿六正式结为夫妇。佳偶天成,幸福圆满。特此登报,敬告亲友,亦作留念。

## 人生重要时刻,一纸为媒

宜 祝福 添丁 庆生 升学

现代快报重磅推出《吾家有喜》专栏,刊登专属你的“独家”浪漫。

喜事当天,敬告亲友,永久纪念,郑重又复古,仪式感拉满。这种纸上的浪漫谁懂啊?

嫁娶、告白、庆生、升学.....无论是“文字”还是“照片”.....在这里,都以“媒”为证。

期待你为爱而来,为爱发声.....

详情咨询

咨询电话:025-84783581 邮箱:jgjd@kuaibao.net

官方微信留言:xiandaikuaibao 官方微博留言:现代快报

宜 告白 订婚 嫁娶 纪念