

“奈雪的茶”日均关闭1家店

新式茶饮赛道一头“冷”一头“热”



昔日新式茶饮的“一姐”，如今却掉队了？日前，“新茶饮第一股”奈雪的茶发布了第三季度门店运营情况，报告期内公司新开了23家直营店，但关停门店数高达89家，意味着7月—9月，几乎平均每天都有一家奈雪直营店关停。截至第三季度末，奈雪直营店总数为1531家。新式茶饮的赛道现状如何？10月28日，现代快报记者对茶饮市场进行了探访。

现代快报/现代+记者 季雨文/摄



奈雪的茶门店

降价后的奈雪的茶，难见排长队的热闹场景

在南京市雨花台区某综合性商场内，遍布着各个品牌的新式茶饮，尤其是在负一楼的美食区域，几乎每隔几米就开了一家茶饮店。10月28日，现代快报记者走进这里奈雪的茶门店。这几年，随着食客们需求的不断增高，奈雪的茶也紧跟潮流，开始做起了各种火爆IP联名。不仅如此，店内漂亮的茶杯在架子上展示，

可口的面包和蛋糕也摆得整整齐齐，各种口味的瓶装饮料陈列在侧……虽然门店依然精致，但很少能看到几年前那样动辄排起长龙的热闹场景了。

在社交平台上，有不少网友吐槽奈雪降价后“变了”，饮料中的果肉变少，连面包都变成了迷你版。相比之下，蜜雪冰城4元一杯的柠檬水，沪上阿姨9.9元一杯的波波

奶茶、西瓜椰椰，显得更接地气。

新式茶饮行业竞争加剧，从品牌的增加就可以看出。现代快报记者注意到，仅在该商场，就有近10家茶饮品牌在此开店，包含马伍旺、茶颜悦色、就是柠、喜茶、茶百道等。不仅如此，还有咖啡品牌来分一杯羹，商场里的咖啡品牌包含星巴克、皮爷咖啡、Manner Coffee等。

新式茶饮稳步扩张中，几家“巨头”却在退步

面对竞争的日益加剧，商家们选择用“闭店”的方式来“回血”。

近日，“新茶饮第一股”奈雪的茶披露了第三季度门店运营情况，报告期内公司新开了23家直营店，但关停门店数高达89家，意味着7—9月几乎平均每天都有一家奈雪直营店宣告停业。截至第三季度末，奈雪直营店总数为1531家。

虽然大部分茶饮企业尚未公布第三季度的运营状况，但从半年报中也可以窥见一二。消费领域服务平台壹览商业发布的2024年上半年新式茶饮品牌开店情况显示，新茶饮行业日趋两极分化，特征明显，大部分品牌还在稳步扩张中，但也有几家茶饮界“巨头”在退步。

数据显示，蜜雪冰城净增门店量为2011家，霸王茶姬的净增门店量为1610家，茶颜悦色净增门店量为160家。

而与此同时，书亦烧仙草净增门店量为-635家、COCO都可的净增门店量为-361家，七分甜的净增门店量为-42家，茉酸奶的净增门店量为-220家。

专家：新式茶饮快速发展阶段，机遇与挑战并存

近年来，新式茶饮以其独特的口味、健康理念以及社交属性迅速走红，成为年轻人青睐的生活方式之一。然而，随着市场竞争加剧，品牌格局快速演变，新式茶饮行业也面临着一系列挑战。中国矿业大学(北京)管理学院硕士生企业导师支培元分析道，“新茶饮第一股”奈雪的茶近期的表现便是一例，尽管继续开设新店，但关店数量也不容忽视，反映出行业洗牌正在加速，品牌间的较量愈发激烈。“年轻一代对饮品品质、创新性和

个性化有了更高期待，单一的产品线难以满足所有偏好，迫使企业不断创新求变。”

那么，新式茶饮该如何突破瓶颈呢？支培元称，首先，要明确自身特色，无论是健康路线还是创意元素，都应围绕品牌核心价值展开，形成独特卖点。紧跟潮流趋势，推出季节限定款、联名特调等新品，吸引顾客眼球，维持品牌热度。其次，要充分利用数字化工具，如小程序、社交媒体，拓宽销售渠道，提升用户体验，打造无缝购

物旅程。再次，要保证原料优质稳定供应，减少中间环节，控制成本，同时确保食品安全与质量可控。最后，品牌要学会借助会员制度、粉丝社群，增强用户黏性，通过口碑传播扩大品牌影响力。

支培元认为，新式茶饮行业正处于快速发展阶段，机遇与挑战并存。只有不断创新、贴近消费者需求、强化品牌形象，并注重可持续发展理念的品牌，才能在激烈的竞争中脱颖而出，引领未来发展方向。

飞天茅台又跌了
“双11”网促价逼近2000元

10月28日，话题“飞天茅台价格跌近2000元”登上热搜。据了解，“双11”大促期间，电商平台开展了“百亿补贴”等活动，推动部分白酒价格创新低。其中，飞天茅台的价格逼近2000元，引发关注。

搜索发现，在淘宝平台“百亿补贴”专区，飞天茅台价格下探至2036元/瓶；京东平台“百亿补贴”专区，飞天茅台补贴价为2499元/瓶；拼多多平台“百亿补贴”专区，飞天茅台价格最低显示为2061元/瓶。

此外，在今日酒价等报价平台上，24年飞天茅台(散装)最新报价为2200元，相比于国庆假期的2300元左右，散装飞天茅台的价格再度下跌。

28日，广东省食品安全保障促进会副会长、食品产业分析师朱丹蓬表示，茅台价格持续下探受多方面因素影响。一方面是正值“双11”大促节点，电商平台推出各种补贴吸引流量，导致飞天茅台电商价格下探；另一方面，中秋和国庆假期已经结束，目前属于节日“空档期”，这时的下跌有一定“时令性”，临近春节可能会出现价格回暖。

白酒营销专家肖竹青表示，电商平台大促茅台的销量不多，但是对整个价格体系的影响非常大，是一个风向标。很多电商平台通过补贴降低茅台成交价来吸引流量，这对茅台的市场成交价也会造成一定的冲击和影响。

此前有机构研报认为，飞天茅

台批发价格持续下跌与部分“金融需求”离场有关。银证证券在6月12日发布的研报中表示，本轮飞天茅台价格下跌更多是一个去金融属性的过程，和其他资产价格下跌类似，部分投资、收藏的金融需求随价格下跌趋势而离场。

10月25日，贵州茅台发布2024年三季报显示，公司前三季度实现营业收入1207.76亿元，同比增长16.95%；净利润608.28亿元，同比增长15.04%。第三季度，贵州茅台实现营收388.45亿元，同比增长15.29%；净利润191.32亿元，同比增长13.23%。第三季度贵州茅台旗下茅台酒营收为325.60亿元，系列酒营收为62.46亿元。

据红星新闻

央行再推新工具
买断式逆回购有何用途？

视觉中国供图

中国人民银行28日宣布推出新工具——公开市场买断式逆回购。这个货币政策工具有何用途？此时推出这一工具释放出什么信号？

当日一早，中国人民银行发布公告称，为维护银行体系流动性合理充裕，进一步丰富央行货币政策工具箱，中国人民银行决定从即日起启用公开市场买断式逆回购操作工具。操作对象为公开市场业务一级交易商，原则上每月开展一次操作，期限不超过1年。

想弄懂此次推出的买断式逆回购，要先搞清楚央行的逆回购是个什么操作。

央行向市场上投放流动性，不是直接向金融机构“给钱”，而往往通过“借钱”来实现。中国人民银行会向一级交易商购买有价证券，并约定一个期限，让一级交易商再把有价证券买回去。简单来说，逆回购就是央行主动借出资金，通过从一级交易商购买有价证券来向市场投放流动性的操作。

相较于逆回购操作，买断式逆回购有何创新和特点？

首先，买断式逆回购“买断”了有价证券再行回购或另行卖出的权利。

根据公告，回购标的包括国债、地方政府债券、金融债券、公司信用类债券等。

目前，我国货币市场的主流模式是质押式回购，交易中债券押品被冻结在资金融入方账户，无法继续在二级市场流通。一旦出现违约等情形，这种冻结不利于保障资金融出方权益。

“近年来，越来越多海外投资者进入我国债券市场，他们更习惯国际上普遍采用的买断式回购。”中国民生银行首席经济学家温彬认为，央行推出买断式逆回购，可以缓解质押品冻结对金融机构整体流动性监管指标压力，持续提升银行间市场的流动性、安全性和国际化水平。

其次，买断式逆回购可减少利率招标中的“搭便车”行为。此前，在利率招标过程中，一些机构不积极参与投标，而是等待其他机构报出利率后，选择接受较低的利率，从而节省自身成本。这种好似“搭便车”的行为，容易导致市场上投标竞争不足，

无法真实反映资金的需求程度。

此次公告明确，公开市场买断式逆回购采用固定数量、利率招标、多重价位中标。这意味着，机构可根据自身情况选择不同利率投标，按照从高到低的顺序依次中标，机构的中标利率就是自己的投标利率。

招联首席研究员董希淼认为，这样能减少机构在利率招标时的“搭便车”行为，更真实反映机构对资金的需求程度。而且，由于没有增加新的货币政策工具中标利率，突显了该工具仅作为流动性投放工具的定位，并不承担央行政策利率的职能。

此外，买断式逆回购能增强1年以内的流动性跨期调节能力。当前，我国的货币政策工具箱中，有不少流动性投放工具，主要包括7天期公开市场逆回购操作，1年期的中期借贷便利(MLF)，以及投放长期流动性的国债买人和降准。

“此前货币政策工具箱中1个月到1年期的中短期流动性投放工具较为欠缺，此举将大大增强1年以内的流动性跨期调节能力。”温彬说，买断式逆回购期限不超过1年，预计将覆盖3个月、6个月等期限，有助于提升流动性管理的精细化水平。

今年以来，针对流动性管理，中国人民银行推出多个新工具：创设临时隔夜正、逆回购操作，开展公开市场国债买卖操作……此时为何又推出一个流动性管理的新工具？

“中国人民银行选择此时推出新工具，预计可更好对冲年底前MLF的集中到期。”东方金诚首席宏观分析师王青表示，启用买断式逆回购操作，可以有效平滑大额MLF到期引发的资金面波动，有助于保持年末流动性合理充裕。

据统计，11月、12月各有1.45万亿元MLF到期，共占目前MLF余额的四成以上。叠加政府债券加快发行、年末现金投放加大等因素，届时银行体系流动性可能面临较大补缺压力。

专家表示，新工具将进一步提升我国货币政策调控的精准性，更有能力维护年末流动性合理充裕，可为经济稳定增长提供良好的货币金融环境。

据新华社