

# 从奶茶店看股票投资逻辑

主讲人：张贍

国元证券上海浦东分公司



**国元证券**  
投资者教育基地



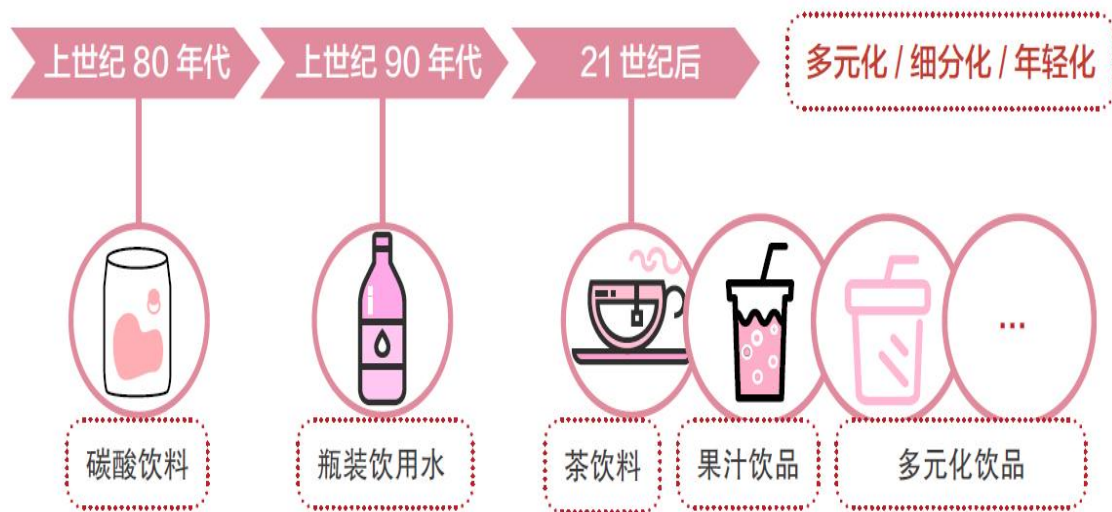
# 假设我要在大学校园开一间奶茶店：我的创业计划前期论证



我国饮料行业经过近 30 年的高速增长，在不同的发展过程中曾出现了不同的主流品类，如上世纪 80 年代碳酸饮料是市场上的主流产品，90 年代瓶装饮用水兴起并成为市场主流，而进入 21 世纪后市场主流饮料品类变化明显加快。首先是茶饮料异军突起，然后是果汁饮品大放异彩，功能性饮料日渐被消费者认同和接受；而近年来人们对饮料消费诉求的差异化 and 个性化，更加促进了国内饮料市场品类的丰富，饮料产品呈现多元化、细分化、年轻化的发展趋势。

## 行业形势分析论证

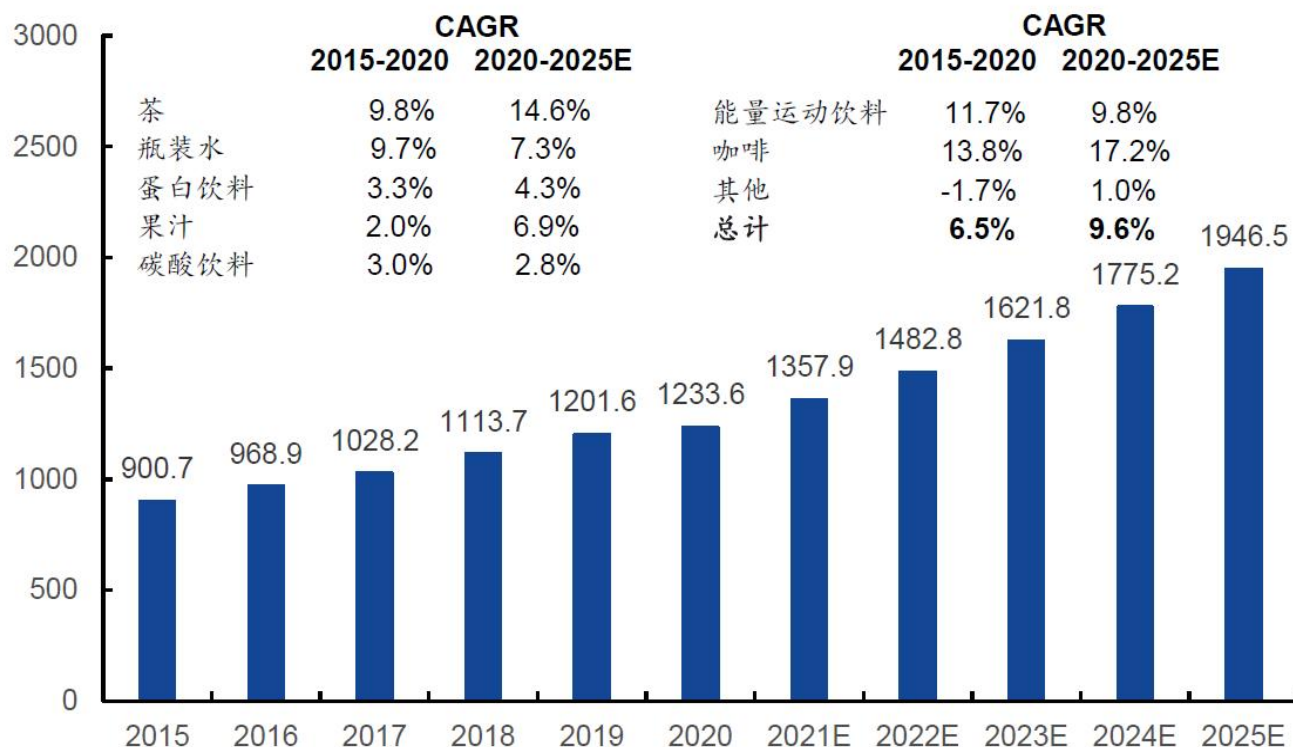
资料来源：香飘飘  
2021 年半年报



# 假设我要在大学校园开一间奶茶店：我的创业计划前期论证



图 1：2015-2025 年（估计）按零售消费价值计中国非酒精饮料市场规模（十亿元）



市场总体规模

茶

其他非酒精饮料

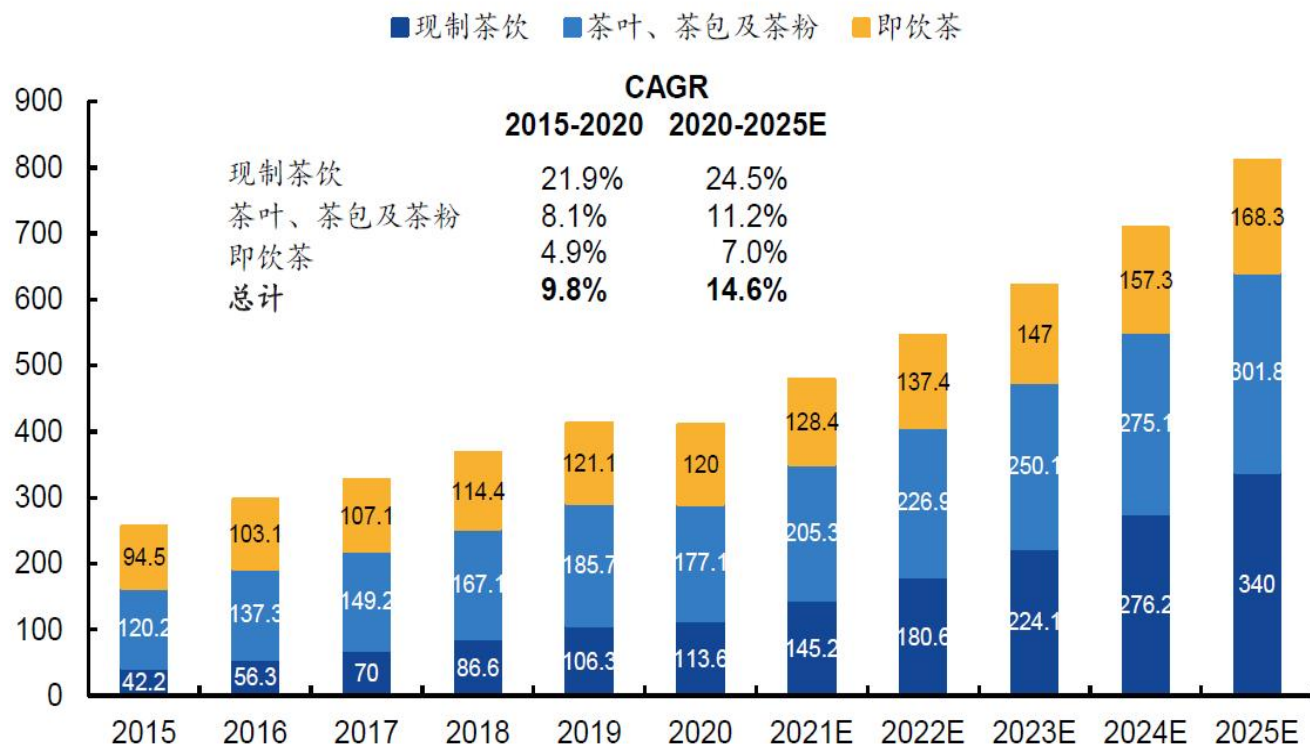
潜在市场规模

GAGR: 年均复合增长率

# 假设我要在大学校园开一间奶茶店：我的创业计划前期论证



图 2：2015-2025E 中国现制茶饮增速领跑茶行业（单位：十亿元）



## 茶的细分赛道

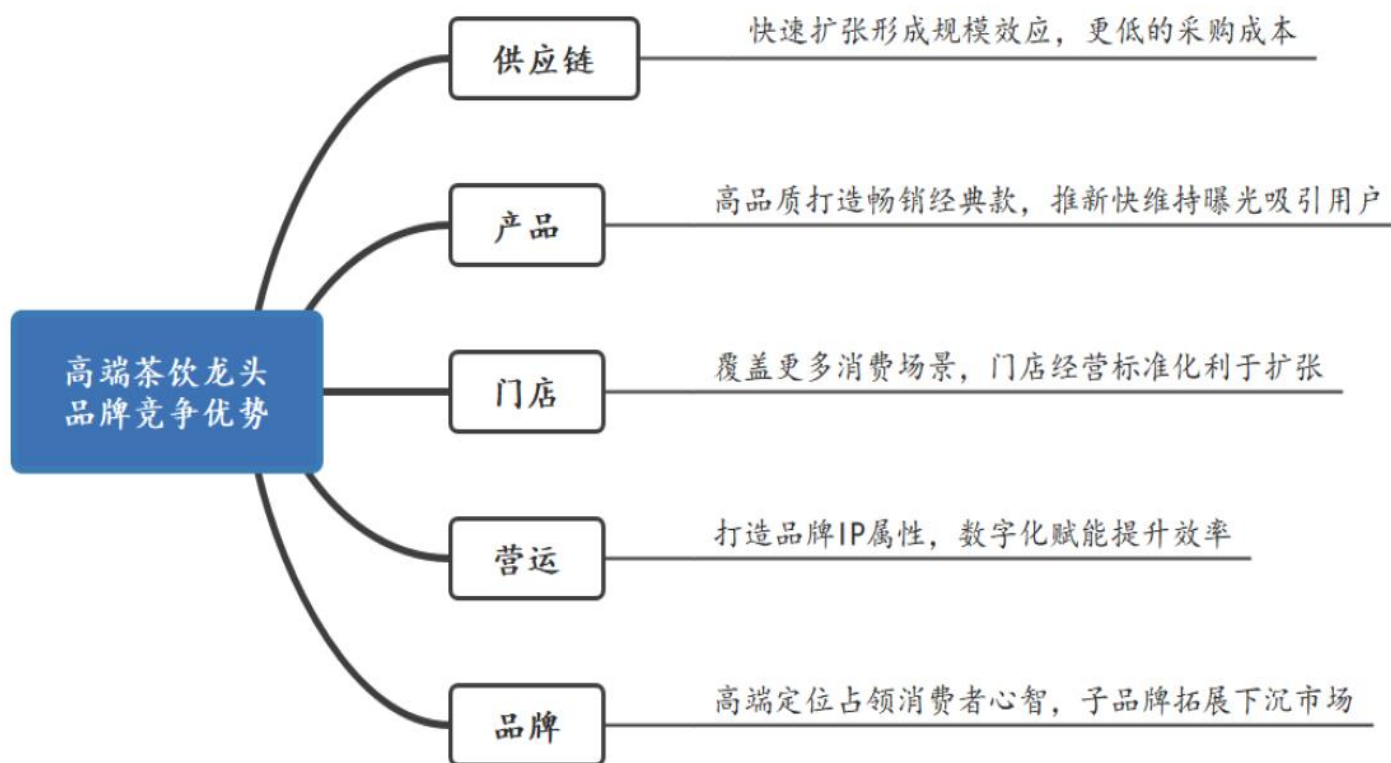
现制茶

茶叶、茶包及茶粉

即饮茶

GAGR: 年均复合增长率

# 假设我要在大学校园开一间奶茶店：如何确立竞争优势



# 假设我要在大学校园开一间奶茶店：快消品产品研发是关键



新品周期上，奈雪平均 1 周推出一款新品，喜茶平均 1.2 周推出一款新品。喜茶和奈雪的茶推出的新品种类有所重叠，上线新品多与应季鲜果有关，大体上奈雪的茶相比喜茶稍早推出类似新品。推新周期短维持品牌的高曝光度，保障对于消费者的持续吸引力，从而提升回购率和消费频次。

图 38：奈雪的茶、喜茶产品上线时间对比



产品研发  
周期  
季节

# 假设我要在大学校园开一间奶茶店：竞品的针对性研究



固体冲泡

香飘飘品牌  
经典、好料、珍珠系列



果汁茶

MECO 品牌果汁茶  
乳酸菌果茶



液体奶茶

兰芳园品牌  
香飘飘品牌烤奶茶



泛冲泡

香飘飘馋嘴奶昔  
奶茶自热锅、飘飘茶



即饮茶的迭代

资料来源：香飘飘  
2021年半年报

# 假设我要在大学校园开一间奶茶店：竞品的针对性研究



固体冲泡

香飘飘品牌  
经典、好料、珍珠系列



果汁茶

MECO 品牌果汁茶  
乳酸菌果茶



液体奶茶

兰芳园品牌  
香飘飘品牌烤奶茶



泛冲泡

香飘飘馋嘴奶昔  
奶茶自热锅、飘飘茶



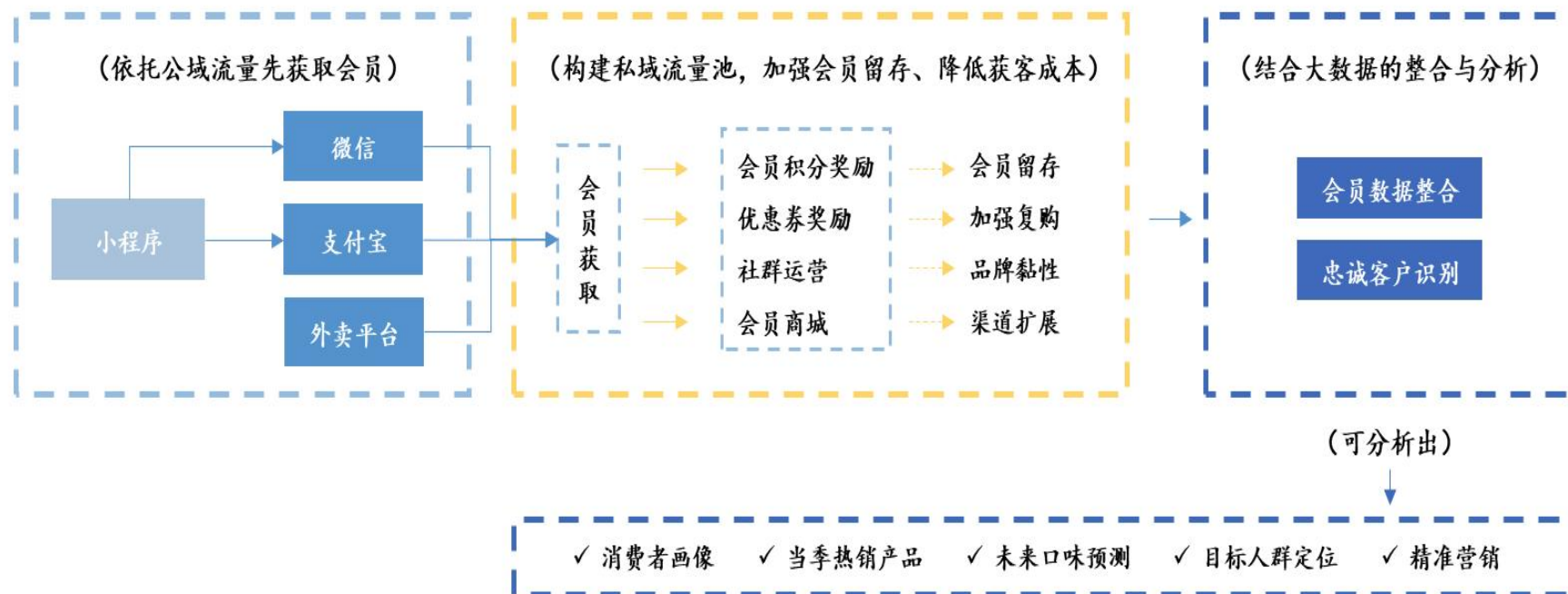
即饮茶的迭代

资料来源：香飘飘  
2021年半年报

# 假设我要在大学校园开一间奶茶店：数字化营销



图 45：公域流量获取会员导流到私域流量池



---

# 谢谢!

国元证券上海浦东分公司



## 国元证券投资者教育基地

GUOYUAN SECURITIES INVESTOR EDUCATION BASE

---