

做行业推手,台商稳做茶饮

本报记者 | 陈怀安

接受了台湾茶饮文化的移植,厦门的茶饮市场当前已达到繁荣高峰。因为经营茶饮店投入小、创业门槛低,是许多人的创业首选。但是厦门的茶饮市场趋向饱和、竞争激烈也是不争的事实。

“无论大街小巷,三五

步就是一家茶饮店,有连锁品牌、也有个性经营……现在的台湾就是现在的厦门这样。”台商艾泽沛向记者介绍说。艾泽沛现在集美经营有3家茶饮店,但他的主要业务是茶饮原物料配送。在厦门经营茶饮业的这么多年,他见证了厦门茶饮市场发展历史,更开创了自己的一片天。

吉他弹唱特色,吸引学生群

在集美学村里,有一家叫木吉他的茶饮店很受附近的学生欢迎。每天各时段都有许多年轻人光顾,尤其是晚上,更是座无虚席,喝茶、打牌、聊天,还可以听演奏、唱歌。因为“店如其名”,木吉他不仅是店名而已,而是店里有真的吉他——每天晚上,店里都有现场吉他弹奏。

在这家面积不大的店里,分楼上楼下两层;二楼专门开辟了一个小隔层,音响、乐器,两把椅子,就是吉他弹奏和即兴表演的舞台。顾客在店里,不仅仅是听吉他演奏,还可以点上自己喜欢的歌。

穿过狭小的栏杆走道,坐在吉他手身边的椅子上,随着吉他的流行乐曲旋律,

这时是你的 Showtime,小小的舞台任你表演,或深情、或俏皮,敢 show 就 show。其他喝着红茶的顾客并不吝掌声。这种类似于演艺吧的茶饮店,实在不多见。

“没办法,爱好音乐是我的个人兴趣,以前在台湾读书的时候,我还比赛拿奖呢!”艾泽沛开玩笑说,随后承认得奖是吹牛的。不过,用音乐来吸引人气,显然还是成功地达到了效果,因为整个晚上,点歌和即兴上台吼一段的人络绎不绝,整个店沉浸在热烈的氛围中。

除了每天晚上的吉他弹奏,艾泽沛还经常办校园歌手选拔等活动。音乐真正成为3家茶饮店的特色,不辜负店的招牌。

舍得休闲成本,赚长远利益

“音响设备一套很贵的呢……”艾泽沛向记者“诉苦”说。

其实,不单音响设备、乐器,单是每天前来演奏的吉他手,是艾泽沛从附近大学请来兼职的学生,一小时的报酬是几十元,一个晚上下来,也相当可观。一杯红茶、绿茶才三五元,需要卖多少杯才能赚回来这方面的投入呢?但是,艾泽沛还是坚持花这钱。

此外,是店租成本方面投入。在厦门店租很贵的市场现实下,大多数茶饮店都走“茶摊”式的经营,即小小的店面,在精简的空间里,尽可能简单地安排三两个座位,有的甚至只做外带生意。“厦门茶饮店最大的成本投入,就是店面租金方面。店面越小,租金方面省下的就越

多。”艾泽沛向记者介绍说。但是,他却反而还在空间有限的店里,让顾客有座位、甚至有“舞台”,这样做不是没有减少成本了吗?

“必须要有座位,让顾客可以坐下来休息,这样的茶饮店才能做得长久。”艾泽沛告诉记者,茶饮市场已经过于饱和、超负荷,已经面临一轮洗牌。“慢慢地,‘茶摊’式的店将收掉一批,有座位的店才能生存下来。”令记者奇怪的是,他并不是说“大品牌、资本足”的茶饮店会存续,而是以有没有座位的店来区分说。

原来,有座位的店,人们才会保持长时期去。这是他的经验。虽然,里面的座位与吉他演奏,最先还是靠外面的外带吧台在养的。



台商艾泽沛。陈怀安摄 P0111112

事实上,“外带”带火了现调手摇茶饮业,而厦门的茶饮店数暴涨,艾泽沛其实可以算“幕后黑手”之一。因为,当前看得到的不少厦门茶饮品牌是经他们公司辅导出来的。

改变消费习惯,赚行业的钱

很多人可能不知道,现在风靡的700cc大杯茶,最早是在集美的这家木吉他茶饮店卖起的。艾泽沛从台湾将700cc外带的做法引进厦门。

“一开始大家都说,那么大杯怎么喝得完?现在呢,大家还不都喝完了?”艾泽沛告诉记者,他在台湾看到了外带茶的趋势,所以在2005年将这种超大杯茶引进厦门,慢慢改变了厦门的茶饮习惯。

从最初的自家经营茶饮店,到如今艾泽沛的主要业务在于茶饮原物料配送。

这两年,外带现调手工茶火热起来,最初开店亏了3年的艾泽沛才终于扭亏为盈,松了一口气。“厦门总共300多家茶饮店,有200多家是在供货,主要有茶叶和奶精等。”不仅原物料,连制作设备、技术培训、改进等,他的公司都提供。

事实上,“外带”带火了现调手摇茶饮业,而厦门的茶饮店数暴涨,艾泽沛其实可以算“幕后黑手”之一。因为,当前看得到的不少厦门茶饮品牌是经他们公司辅导出来的。

S0111099

相关新闻

茶饮市场量固定 原料配送风险小

本报记者 | 陈怀安

艾泽沛在台湾原是某知名药业公司的员工,“在别人公司里上班不是长久之计,还是得自己创业,因此2000年来厦门创业。”

最开始,艾泽沛与朋友一起办厂生产金门酒,但是仅三四年时间,就以失败告终。2004年,艾泽沛开始将台湾的茶饮业模式搬到厦门,从原先配合高雄黑轮等小吃店,到专门只做茶饮店,艾泽沛越做越专业。后来,又从单纯开店,到专业供应原物料、提供技术指导。

“如今厦门已经饱和,原物料配送要再进一步提高很难,只有寻找走出去。”艾泽沛告诉记者,他们将把厦门的样板搬到其他很多城市去尝试。江西、四川、湖南、广东等许多城市,他们都有前去考察。

艾泽沛告诉记者,对厦门的茶饮市场来说,茶饮店已经达到足够的量了,就是300多家。“300多家是固定的,多了也做不起来,变化的只是做的人不同、品牌间的更替而已。”

如此说来,给200多家茶饮店供应原物料的艾泽沛遭受的风险并不高,只是向他买原物料的人更换了而已。据艾泽沛透露,一年下来,厦门茶饮市场向他们公司购买的茶叶就达60吨。

不过,艾泽沛的茶饮原物料是按茶饮店所需,分层次配送的。比如,有的茶饮品牌走比较高端的路线,那么使用的是一斤50元人民币的茶叶,茶饮的单价自然也比较高;有的茶饮店的产品比较便宜,使用的茶叶自然也比较便宜,每斤仅18元的也有。

“我提供原物料、提供培训、技术支持,品牌经营就靠他们自己。”艾泽沛介绍,自2007年厦门茶饮市场量翻番后,如今茶饮原物料的配送已经趋稳。尽管茶饮店之间竞争激烈,居于身后的他,并没有太多风险压力。这也是艾泽沛一开始就看好原物料配送道路的原因。

S0111155

相关链接

茶饮店创业 店租是瓶颈

艾泽沛在集美经营的3家茶饮店都在大学边上,学生是主要消费群体。

艾泽沛说,由于他还经营琴行,所以茶饮店才能跟音乐结合得这么紧密。“吉他可以很贵,也可以很便宜,是最受年轻学生欢迎的乐器之一。”

除了接受学生消费,他还鼓励来自五湖四海的大学生创业自己开店。艾泽沛说,真正只要一点点钱,就可以自己创业,至于成功不成功就要看个人。“我跟他们说,不要只开一两家店,而要考虑做品牌。”

据他介绍,在厦门开茶饮店,投入最多的部分,也是制约成功的瓶颈就在于店面租金太高。

另外,目前茶饮店的经营趋势是多样化经营,“尽可能多的产品,茶点、点心,让顾客有更多的选择。不过糕点等成本过高的,则须谨慎。”(陈怀安)S0111185

在店里喝茶听吉他的年轻人很多。陈怀安摄 P0111113

