



四川百茶百道：乘新式茶饮发展东风 抢抓企业发展新机遇

继奈雪的茶之后，又一家新式茶饮明星公司茶百道冲刺港交所。借助资本市场的力量，头部新式茶饮品牌的市场渗透率有望进一步提高。

作为一家起源于四川的新式茶饮企业，茶百道高速成长壮大，已实现中国大陆所有省份及各线城市的全覆盖，弗若斯特沙利文数据显示，其市场份额在中国新式茶饮中位列第三。2022年，茶百道门店的零售额达到约人民币133亿元，2020年至2022年年复合增长率达139.7%。

编辑：张 骐

审核：杜少军

官方网站：www.cnfin.com

客服热线：400-6123115



目录

一、消费升级助推行业扩容 茶百道规模扩张迅速	3
二、企业营收水平快速提高 资产总额持续增长.....	4
三、重视品牌及产品开发 线下线上渠道齐发力.....	4
四、注重 ESG 管理及信息披露 赋能产业链发展	5

图表目录

图表 1：2017 年至 2027 年（估计）按类型划分的中国饮品店行业市场规模	3
图表 2：2020-2023Q1 茶百道收入增长情况.....	4
图表 3：2022 年中国新式茶饮店市场前五大参与者按城市等级划分的门店分布	5

四川百茶百道：乘新式茶饮发展东风 抢抓企业发展新机遇

近年来，随着我国居民消费升级，新式茶饮店市场进入快速扩张阶段。8月15日，港交所网站披露四川百茶百道实业股份有限公司（以下简称“茶百道”）申请版本文件。继奈雪的茶之后，又一家新式茶饮明星公司冲刺港交所。借助资本市场的力量，头部新式茶饮品牌的市场渗透率有望进一步提高。

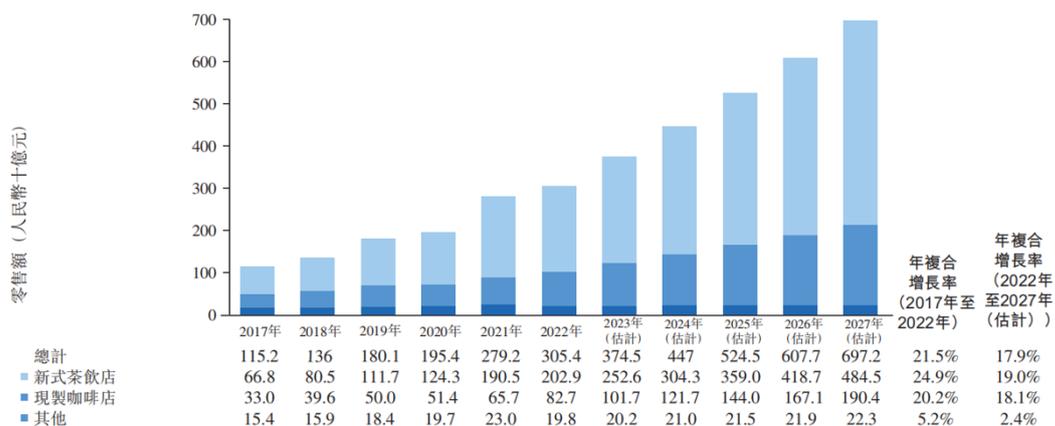
作为一家起源于四川的新式茶饮企业，茶百道高速成长壮大，已实现中国大陆所有省份及各线城市的全覆盖，弗若斯特沙利文数据显示，其市场份额在中国新式茶饮中位列第三。2022年，茶百道门店的零售额达到约人民币133亿元，2020年至2022年年复合增长率达139.7%。

一、消费升级助推行业扩容 茶百道规模扩张迅速

随着我国居民消费升级，人们的消费需求越来越多样化、个性化，消费品类逐渐丰富。具体到饮品市场，传统的软饮料已不能完全满足大众消费需求，市场对现制新式茶饮、咖啡的需求不断提升，这一趋势为饮品店行业提供了诸多发展机遇。

行业处在快速扩容期，发展前景广阔。根据弗若斯特沙利文相关数据，中国饮品店行业的总体市场规模呈现上升趋势，由2017年的1152亿元增至2022年的3054亿元。其中，新式茶饮店行业经历了快速发展及扩张，市场规模由2017年的668亿元增至2022年的2029亿元，年复合增长率约为24.9%；市场份额由2017年的58.0%增至2022年的66.4%。预计到2027年，新式茶饮店行业市场规模将增至4845亿元，市场份额将升至69.5%。

图表 1：2017 年至 2027 年（估计）按类型划分的中国饮品店行业市场规模



来源：弗若斯特沙利文

企业瞄准赛道，自身快速成长。在巨大的行业发展机遇面前，茶百道加速规模扩张，门店数量、销量、销售额等指标均居行业前列。数据显示，茶百道门店数量已由2020年年初的531家扩张至2023年3月31日的6597家。招股书数据显示，截至2023年8月8日，茶百道在全国共有

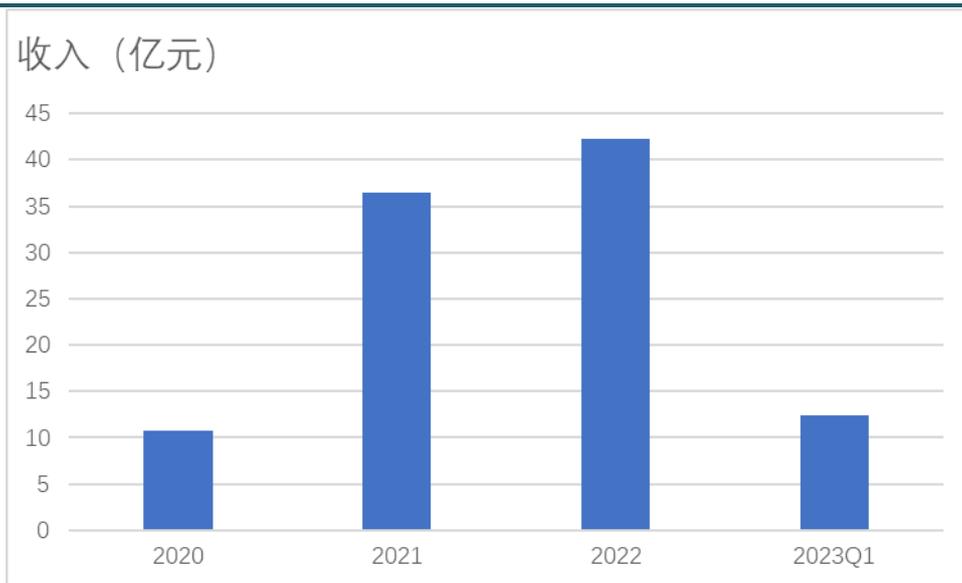
7117 家门店，遍布全国 31 个省市，实现中国大陆所有省份及各线城市的全覆盖。2022 年，茶百道门店的零售额达 133 亿元，2020 年至 2022 年年复合增长率达 139.7%。根据弗若斯特沙利文的报告，茶百道是中国前十大新式茶饮企业中增长最快的一家，在 2020 年至 2022 年间零售销售额年复合增长率最高。按 2022 年零售额计，茶百道在中国新式茶饮店市场中排名第三，市场份额达到 6.6%。

二、企业营收水平快速提高 资产总额持续增长

企业营收水平快速提高。随着规模不断扩张，茶百道的收入从 2020 年的 10.8 亿元增长至 2022 年的 42.32 亿元，年复合增长率达到 97.9%。2023 年一季度，茶百道营业收入为 12.46 亿元，同比增长 53.0%。**收入结构来看，**公司主营业务收入包括三项：一是向加盟商出售货品与设备的收入。二是特许权使用费与加盟费用收入，包括不可退换的前期初始费用、特许权使用费及开业前培训服务费。三是其他收入，以门店设计服务收入、第三方配送平台运营服务、直营店收入为主。

资产总值持续增长。据茶百道招股书公布，2020 年、2021 年和 2022 年企业资产总值分别为 6.7 亿元、10.5 亿元和 16.8 亿元。报告期内资产总值稳步增长，分别增速约为 56%、60%。

图表 2：2020-2023Q1 茶百道收入增长情况



来源：公司招股说明书

三、重视品牌及产品开发 线下线上渠道齐发力

2008 年，第一家茶百道在成都诞生。2023 年，茶百道进行了全面的品牌升级，并推出了最新的品牌 IP “茶茶”，一只融合了中国传统文化元素与新一代性格特征的熊猫形象。数据显示，茶百道主要消费者年龄在 18-35 岁之间，主要消费场景为社交场景。因此，加速品牌形象和产品创新，为年青客户提供更新潮的口味和品牌社交话题，成为新式茶饮店抢占市场的不二法门。

产品多元化成为吸引消费者重要因素。从产品品类上来看，茶百道不打大单品。以 2023 年第一季度为例，其门店 SKU 平均为 35 款饮品，其中经典产品 SKU 占比约为 60%。凭借对消费者口味

喜好的把握与持续产品配方升级，已经形成了多个深受消费者长期喜爱的经典产品。根据弗若斯特沙利文对中国多个城市的 1720 名新式茶饮店的消费者进行在线问卷调查，56.3% 的受访者曾经购买过茶百道产品。调查显示，产品开发是新式茶饮公司吸引消费者的最重要因素，也是消费者选择茶百道茶饮的最重要理由。

用户黏度和复购率水平不断提高。数据显示，截至 2023 年 6 月 30 日，茶百道的注册会员数量超过 6600 万名，2023 年第二季度的活跃会员数达到 1670 万名。2023 年第二季度的会员复购率达 32.8%，高于行业平均水平，公司的客户黏性不断增强。

门店分布多元，外卖业务快速发展。茶百道加盟模式实现中国大陆所有省份及各线城市的全覆盖，与中国新式茶饮店市场的其他头部参与者相比，2022 年，茶百道在全国各线城市的门店数量分布更为多样化。其中，10.8% 的门店位于一线城市，29.1% 的门店位于新一线城市，21.2% 的门店位于二线城市，19.2% 的门店位于三线城市，19.7% 的门店位于四线及以下城市。从门店所处业态分布来看，截至 2023 年 3 月 31 日，在购物中心、社区、其他商圈的门店数量分别占茶百道门店总数的 39.2%、30.3% 及 30.5%。

图表 3：2022 年中国新式茶饮店市场前五大参与者按城市等级划分的门店分布

排名	集团	一线城市 (%)	新一线城市 (%)	二线城市 (%)	三线城市 (%)	四线及以下城市 (%)
1	公司A	~5%	~20%	~18%	~25%	~32%
2	公司B	~3%	~25%	~24%	~26%	~22%
3	本集团	10.8%	29.1%	21.2%	19.2%	19.7%
4	公司C	~4%	~33%	~12%	~19%	~32%
5	公司D	~7%	~22%	~24%	~22%	~25%

来源：弗若斯特沙利文

此外，中国移动互联网用户的渗透率由 2017 年的 54.1% 增长到 2022 年的 75.9%。配送服务及线上下单系统的发展为新式茶饮店拓展了销售渠道。茶百道持续推广外卖业务，线上销售占比从 2020 年 1 月的 47.6% 增加到 2023 年 3 月的 58%。茶百道的门店，近六成收入由外卖贡献。

四、注重 ESG 管理及信息披露 赋能产业链发展

随着 ESG 投资已经逐渐成为我国资本市场发展的重要趋势，茶百道招股说明书也对企业 ESG 相关信息进行了披露，茶百道从打造环境友好型企业、积极承担社会责任、建立高效共赢的商业模式等多角度出发，赋能产业上下游发展。

致力打造环境友好型企业 (E)。自 2020 年 11 月起，茶百道开始在所有门店使用可生物降解的纸吸管及生物材料袋。2021 年 3 月，品牌进一步将纸吸管升级为 PLA 可生物降解吸管。除了从供应商采购原材料外，茶百道还透过森冕新材料拥有一家制造工厂（“森冕工厂”），主要专注于

生产用于自身的茶饮及出售给外部采购商的环保包装材料，如可生物降解的吸管及袋子。森冕工厂于 2021 年投入生产，总面积约为 11120 平方米。截至 2023 年一季度，森冕工厂的产能、产量及利用率分别为 3035 吨、1962 吨及 64.6%。

积极承担社会责任 (S)。2021-2023 年间，茶百道开展了多项公益慈善和产业助农活动。仅 2021 年，茶百道就从多个偏远乡村地区采购了 8 万多吨农产品食材。自 2022 年以来，茶百道开始大量采购四川凉山的桑葚和草莓，帮助当地果农增加收入。2022 年，茶百道与凤庆滇红茶产业联盟及深圳市新荣阳食品科技有限公司建立战略合作伙伴关系，共建“滇红茶园”生产基地，拓宽茶农增收渠道。该项目涉及 27000 亩茶园，为近 26000 名当地茶农创造了就业机会。2023 年 6 月，茶百道在凉山捐建的第一个儿童操场竣工，为农村儿童身心健康发展贡献力量。

建立高效共赢的商业模式 (G)。相较于直营模式，加盟模式能够更快速地扩展市场并树立品牌影响力，但也对企业公司治理和供应链管理提出更高要求。截至 2023 年 3 月 31 日，茶百道在全国范围内成立了 16 个区域运营中心，22 个高标准仓库。其中，仓储设施总建筑面积约 8 万平方米，包括 17 个中心仓及 5 个前置仓。根据不同原材料的温度和湿度存储要求，在仓储场所内设立常温、冷藏、冷冻多个温区对原材料进行从入库到出库的全程精细化仓储管理，满足了茶百道乳制品、冷冻鲜榨果汁、新鲜水果等保质期较短的原材料的配送要求。茶百道还依托其数字化运营系统，在门店选址、装修开业、员工培训、门店运营、统一外卖业务与到店业务赋能和市场营销等多方面给予加盟商支持。根据弗若斯特沙利文的资料，2020 年、2021 年及 2022 年以及 2023 年一季度，茶百道加盟店的闭店率仅分别为 0.1%、0.2%、1.1%和 0.5%，闭店率远低于行业平均水平。

重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。