



理财胜经

2008.6.11 星期三

中行报告： 5月CPI或低至7.7% 治理通胀仍须加息

时报讯 中国银行全球金融市场部10日发布研究报告预计，中国5月份CPI可能会介于7.7%~8.0%之间，全年则维持6.8%的判断。但由于灾后重建等因素的作用，报告对2008

年经济增长的预计提升至10.5%，并指出政府目前仍应毫不犹豫地实施从紧的货币政策反通胀，且有必要在适当的时候加息。

报告指出，加息不但可提

高资金的使用效率，消灭负利率，还是控制通胀的最有效武器之一。近来，越南发生的经济动荡再次证明，如果物价控制得不好，不但会造成严重的社会问题，还会使经济发展陷

入停顿。如果要在经济增长速度适当下降与物价更快上涨之间作一个选择，宁可选择经济增长速度适当放慢，而不应该允许物价的恶性上涨。

尚证

广州奶茶大战一触即发

奶茶店沉寂6年后再现疯狂 专家指今冬多数奶茶店将倒下

□本版撰文 时报记者 凌慧珊

一脚天堂，一脚地狱。

从疯狂到覆灭，6年前广州奶茶店的那场惨烈变故，或将在这个城市中重新上演。经历过休克期的奶茶店再度遍地开花，连锁品牌、小本自营店……大街小巷中同类竞争者一哄而上。天河南、石牌东路、农林下路等一些商业旺地，仅两三百米长的马路往往挤下了4家以上的奶茶店，激烈竞争之下已有店主开始主动降价，有业内人士认为，在奶茶店疯狂扩张的背景下，今夏奶茶价格大战或难以避免。

前车之鉴尤在眼前。快可立、大卡司等多个奶茶连锁品牌已经严格控制加盟，甚至干脆拒绝后来加盟者。业内人士相信，2008年的冬天，将再现2002年大幅潮退的阵痛。



热销的奶茶背后，究竟潜藏着多少危机？时报记者 黄亦民 摄

高歌猛进

去年年底以来，天河南的奶茶店悄然冒出几家新面孔，大附近有石牌东、陶育路两条“食街”，以暨南花园为中心，直径200米内有四家奶茶店，包括两个紧挨在一起的著名奶茶连锁——来自上海的“茶风暴”和广州本土品牌“大卡司”。

自去年以来，知名奶茶连锁品牌加速了广州市场的开拓。广州本土品牌“大卡司”的工作人员告诉记者，目前大卡司奶茶

连锁店约为100家左右，其中加盟店达80多家，直营店为15家。网上资料显示，“茶风暴”虽然来自上海，但在广州亦有13家。而刚经营一年的品牌“Y-BOX”也有15家左右的加盟店。当年在广州风光无限的快可立奶茶连锁店，也在选择撤离7年后重返广州市场，目前在广州有8家直营店。

昨天中午11点半，正赶上石牌东路附近一所中学的放学

高峰，许多学生仔手中都捧着奶茶饮料。一位奶茶店的工作人员告诉记者：“现在是旺季，我们每天能卖出800杯以上。”

按照一杯奶茶5元的单价来算，奶茶店每天的营业额就是4000元，一个月下来估计有12万元左右账面收入。按照加盟商在网站上公布的承诺，奶茶店的利润可超过50%。看似丰厚的回报，正是是经营者趋之若鹜的动力源泉。

生死轮回

台湾快可立奶茶连锁品牌于1998年打入香港、澳门市场，随后迅速进入广州，直营店以及加盟店一度超过20家。对于当年的盛景，快可立中国总代理上海百毅商业服务有限公司执行总监黄普光回忆，“我们是最早进入内地的台湾奶茶连锁品牌。最繁盛出现在2000年，快可立于吉之岛门口一家加盟店，一天能卖出1万

多杯奶茶，营业额5万多元。

让黄普光印象深刻的是，广州人的市场嗅觉非常灵敏。他说，台湾珍珠奶茶带进内地的，一个是珍珠粉圆，另一个是全自动封口机。仅仅几个月之后，这些特色已经不复存在。“几乎所有的奶茶店都有了全自动封口机。1.5万元每台的价格，迅速降为2000元。”

其后，奶茶店越开越多，

“快三秒”、“大卡司”等奶茶连锁品牌如雨后春笋，竞争也愈演愈烈。“大家一哄而上，为了生存一些奶茶店甚至打出了1元1杯的价格，直到做烂市场为止。”

快可立撤出广州市场以后，众多奶茶店的风光也没有维持多长时间，于2002年前后纷纷关门结业，奶茶市场由此进入一个为时6年的低谷期。

战火重燃

如同经历了一次冬眠，今年广州市区的奶茶店又开始红火。不过，面对众多野心勃勃的加盟商，“大卡司”在网站上贴出告示，宣称广州不再接受加盟。

“大卡司”工作人员称，“广州地区不接受加盟，是因为我们已经有100家左右的连锁店，而且广州市场有饱和的迹象。”尽管“快乐柠檬”品牌在广州只有八九家加盟店，但该公司同样宣

称，“我们已经在全国范围内停止加盟”。

战火已经点燃。与6年前的那场惨烈景象有相似之处，竞争激烈之下，不少奶茶店已经对价格进行下调。“一些知名品牌店价格从6元调整至5元，自创品牌的小本经营者价格也多为3元左右。”海珠区某中学附近自创品牌奶茶店老板张丽全告诉记者，自从附近新开了一家小店后，已

考虑将价格调整为3元。

广州市社科院经济所副所长张强认为，目前奶茶店市场已经趋向于平衡。“市场趋向于饱和，已经进行调整。”

不少奶茶店老面孔正在考虑退出市场。记者在网上发现了一些“转让”信息。在海珠区经营了1年奶茶铺的李小姐，目前正在积极寻找买家。谈到小店的经营情况，她有些无奈，“这行不好做。”

专家观点

小本自营店 或成牺牲品

快可立中国总代理上海百毅商业服务有限公司执行总监黄普光断言，今年冬天，大部分奶茶店将倒下。“夏天饮料的需求量大，天气炎热，人们往往会购买饮料解渴，带旺了奶茶店的生意。但是到了冬季需求骤减，原本生意好的奶茶店大多将倒下，因为做得好的热饮料很有难度。”不过，黄普光相信，存活下来的品牌将在市场上站得更稳固。

从一哄而上到骤然覆灭，然后再现疯狂。广州市社科院经济所副所长张强认为，市场完成一次洗牌淘汰以后，幸存下来的奶茶店已不多，况且元气大伤，难以扩大发展，于是在人们的视野中，奶茶店似乎一夜之间消失殆尽。经历了一段休眠期之后，为数不多的幸存者在稳固市场后开始了新一轮的扩张，激发了新一代年轻消费者的需求，于是给人们造成一种印象——需求量大，奶茶店生意不错。

但事实上，像奶茶这种技术门槛低，很容易仿制泛滥的特色食品，在同质化竞争的压力下，在消费者心里树立品牌形象是很关键一环，没有稳固的品牌形象，潮起潮落之际，成为牺牲者便是必然之事。

B02

广州楼市步入拿地低潮

B03

大盘蓝筹纷纷破发

B10

基金警示 地产供需可能失衡