

“悸动烧仙草” 茶饮加盟

深度测评报告

(NCBD 餐饮测评系列)

NCBD

餐宝典 New Catering Big Data

NCBD 餐宝典

2020.12

NCBD

餐宝典 New Catering Big Data

NCBD 餐饮深度测评系列之“悸动烧仙草”

一、 行业介绍

中式新茶饮，一种与奶茶、水果以及五谷等交汇延伸出的“新物种”。主打健康、时尚、社交，种类更为多元。

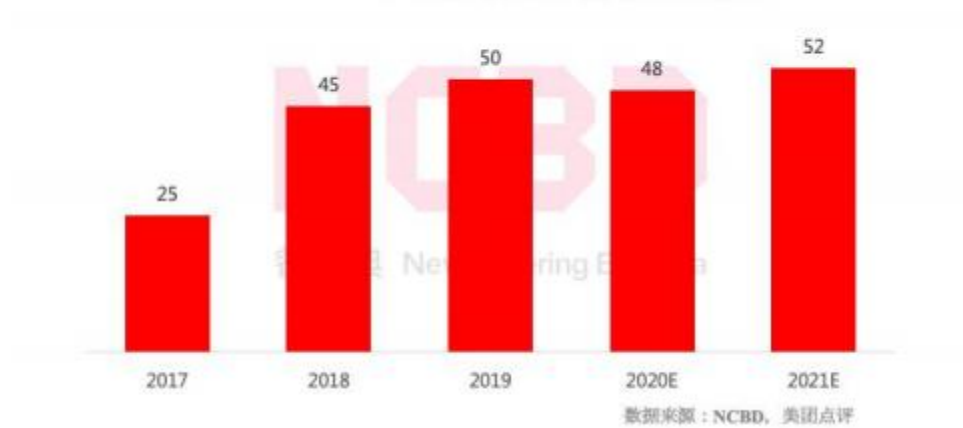
NCBD（餐宝典）数据显示，2019 年中式新茶饮市场规模突破 700 亿元，预计到 2021 年突破 1000 亿元大关。



数据来源：NCBD
备注：2020 年数据为 NCBD（餐宝典）于 8 月根据市场发展情况预测数据，仅供参考

NCBD（餐宝典）数据显示，2020 年中国现制茶饮门店数量预计达到 48 万家，2021 年达到 52 万家。

2017—2021中式新茶饮门店规模（万）及预测



NCBD

餐宝典 New Catering Big Data

总体来看，中国茶饮行业的市场现状呈现出如下特点：

市场空间巨大：中式新茶饮市场发展迅速，预计 2021 年将达到千亿元的规模。

市场竞争惨烈：不管是在大型商场、城中村里还是在学校周边或者地铁沿线，不管是在一线城市还是三、四线城市，茶饮店攻城略地，四处布局，竞争非常激烈。

进入门槛较低：相对于火锅、咖啡店等形态，茶饮店进入门槛较低，吸引了大批创业者涌入。

产品易被模仿：新产品上线后，很容易被竞争对手模仿、抄袭，不管是头部的品牌还是街边的小店，基本上抄与被抄已经成为一个常态。

关店率非常高：相关数据显示，2019 年可持续经营超过一年的奶茶店仅占 18.8%，同年被吊销的奶茶企业接近 3500 家。

疫后复苏最快：疫情给餐饮行业造成了巨大的打击，随着疫情得到控制，餐饮行业逐渐复苏，其中茶饮品类因其模式较轻，复苏较快，在很多城市是率先复苏的一个品类。

积极拥抱资本：2020 年在茶饮领域发生了多起融资事件，而且不乏融资金额过亿的案例，比如奈雪的茶 B 轮 1 亿美金、7 分甜 A 轮 1.5 亿元。茶饮品牌和资本的联姻迎来了一个小高潮。

本次测评的对象“悸动烧仙草”，其主打产品为烧仙草。烧仙草原本是流行于台湾、福建等地的一道传统特色饮品，配料丰富，常见的有红豆、花生、芋圆等，其主要功效是清热降火，而且能美容养颜，营养价值高。自 2007 年以来，烧仙草在茶饮领域经过十几年的发展，已经蔚然成风，不仅出现了悸动烧仙草、书亦烧仙草等主打烧仙草的知名品牌，而且蜜雪冰城、1 點點、益禾堂、CoCo 都可、新时沏等越来越多的茶饮品牌，也开始将烧仙草应用于自家产品中。

二、 公司及产品介绍

公司介绍：悸动烧仙草（下称“悸动”）2007 年成立于上海，首创“杯装烧仙草”，主打“一杯 6 种料”，是烧仙草茶饮领域的头部品牌之一。

NCBD

餐宝典 New Catering Big Data

2007 年 9 月 16 日，悸动在上海开出第一家门店；2008 年开放加盟，2010 年门店数突破 100 家，2018 年突破 1000 家；现有门店超 2000 家，其中华东区域有 1500 多家。按公司规划，未来两年全国门店数将达到 5000 家，其中商场店 1000 家。

在品牌风格上，悸动以“新国风”为核心，形成了一套专属的“仙女文化”，品牌主识别元素则是中国传统文化中的“海棠纹”。由此，悸动的“新国风门店”看上去颇具质感和文化韵味。



△悸动烧仙草—新国风门店



△悸动烧仙草—上海环球港店

NCBD

餐宝典 New Catering Big Data

疫情期间，悸动投入 700 多万元助力门店抗疫、打造安心门店和安心外卖，在产品研发上也更注重健康、安心。这也为疫情后悸动的快速复苏和高速增长打下了基础。

近年来悸动频频“触电”，比如登陆央视、受邀参加天津卫视《创业中国人》、在热播网剧《废柴梦想家》中软植等等。此外，悸动成为 2018 年黄子韬巡回演唱会的官方指定品牌、邀请“国风美少年”刘宇代言等，吸引了大量的年轻女粉丝。

产品介绍：成立 13 年来，悸动坚持做仙草产品，以“一杯 6 种料”为特色，在多个方面先行先试，比如：

- ☞ 仙草杯装化；
- ☞ 对仙草进行功能性研究；
- ☞ 从源头开始进行仙草全产业链建设（2020 年 8 月，悸动在福建武平建立生态仙草基地，严选国家地理标志产品“武平仙草”，规范化种植）。

“悸动烧仙草”是悸动的招牌产品，产品与品牌同名，其中包含古法仙草、黑糖珍珠、椰果、红豆、葡萄干、花生等 6 种料，常年位居各门店销量首位，其销量占比高达 35%。除杯装仙草系列和鲜果茶系列外，悸动在碗装仙草（饮品/甜品）方面也有创新，产品包括碗装仙草系列（古法招牌烧仙草）、饱饱碗系列（悸动芋圆仙草捞、网红仙草捞）。



△悸动烧仙草—仙草家族系列产品

整体而言，悸动的产品呈现出如下特征：

- ☞ 既传承了地方传统，又有较好的延展性和创新性；
- ☞ 客单价在 13 元左右，因为“多料”，代餐属性较明显，性价比较高，且比较贴近女性；
- ☞ 在夏天是“消暑圣品”，在冬天则是上佳的甜品，可以做全年的生意。

另据了解，悸动在餐饮零售化方面也有布局，在不久的将来将推出仙草零售产品。

三、 实地测评

为进一步了解悸动烧仙草的产品、服务以及实际盈利能力，餐宝典探店小分队针对上海市内不同区域的三个门店进行了实地探店，分别是：普陀区环球港店、徐汇区光启城店以及嘉定区丰庄路店。下面以环球港店为例进行详细介绍：

1、探店测评

A：悸动烧仙草（环球港店）

测评时间：12 月 19 日（周六），16:21 开始，共持续 1 个小时

NCBD

餐宝典 New Catering Big Data

店铺地址：上海市普陀区中山北路 3300 号上海环球港地下一层 B1-9W



△图自餐宝典

选址特点：这个店属于商场的中岛店，周末人流量非常大

竞争情况：环球港内共有 20 多家奶茶店，竞争异常激烈。根据对外卖小哥的访

谈，销量表现最好的三家分别是：悸动烧仙草、乐乐茶以及伏见桃山

员工数量：6 人

店面面积：14 m²左右，没有座位

外卖月销量：美团 5828，饿了么 1851

现场出单：测评时间段内共卖出 103 杯

备注：

(1) 测评时间正好是高峰期，店内人手较为紧张，等待时间半小时左右，很多人排队，包括很多外卖小哥；

(2) 由于是在冬季，点热饮的比较多。另据了解，这个店冬季的外卖销量并未

出现明显下滑；

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。
如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/336231212131010133>

NCBD

餐宝典 New Catering Big Data