

民生消费力

茶饮企业加快“走出去” 亟须政府护航助力

本报记者 许礼清 北京报道

近期,行业内一份《2023 中国新式茶饮品牌出海报告》,描绘出

了中国新式茶饮品牌在海外市场的“野火燎原”之势。

《中国经营报》记者注意到,在 2024 年全国两会期间,也有代表

委员在关注中国企业的出海动作。记者采访了解到,全国人大代表、大咖国际食品有限公司总经理赵红果建议帮助新式茶饮行

业打通海外供应链,快速复制商业模式。新式茶饮品牌出海是一个持续的过程,起点可以追溯到 2010 年。根据上述报告,彼时,以

春水堂为代表的一众珍珠奶茶品牌进军东南亚、日本、美国等市场; 2018 年至今则掀起新式茶饮的出海浪潮,喜茶、奈雪的茶、蜜雪冰

城、霸王茶姬等品牌开启了“下南洋”之旅;而快乐柠檬、老虎堂、日出茶太、Latea 等,则早早在中东地区有所布局。

茶饮出海步伐加快

部分新茶饮品牌已在海外市场形成一定的规模和品牌效应。

回顾 2023 年可以看到,新茶饮品牌明显加快了出海步伐。以蜜雪冰城为例,2018 年 9 月,蜜雪冰城在越南河内开出首家海外门店,随后业务拓展至印度尼西亚、新加坡、日本、澳大利亚等全球十余个国家和地区。截止到 2023 年 9 月 30 日,蜜雪冰城海外门店数量接近 4000 家。

此外,2023 年 3 月,喜茶宣布开放包括英国、美国、加拿大海外事业合伙人申请;8 月起,喜茶在英国、澳大利亚、加拿大等海外多个新的国家市场的核心商圈接连开出当地首店;12 月 8 日,喜茶纽约百老汇店正式投入运营,由此进军美国市场。

供应链为出海焦点

业内人士认为,随着国内市场的日益饱和,海外市场将成为众多新茶饮品牌挖潜增量的竞逐目标。

事实上,多数茶饮品牌出海的第一目的地是东南亚地区。上述蜜雪冰城、喜茶的海外首店分别是越南和新加坡;奈雪的茶也于 2018 年在新加坡开店;霸王茶姬则于 2018 年来到马来西亚,目前海外门店超 65 家。

而在业内看来,茶饮品牌出海之所以选择东南亚地区作为第一站,除了地理距离较近,区域的文化、口味、喜好与国人相近外,也是出于供应链方面的考量。

《2023 中国新式茶饮品牌出海报告》中也提到,新式茶饮出海产业链主要分三个环节:首先,产业链上游为原料供应,市场参与主体包括茶叶、奶制品、水果、糖和包装材料

显然,部分新茶饮品牌已在海外市场形成一定的规模和品牌效应,而文化自信的逐步加强和新生代消费群体的需求变化,也给新茶饮品牌出海创造了一定的机遇。

对于新式茶饮的出海动作,赵红果表示,茶起源于中国,盛行于世界,深受世界各国人民喜爱。一杯“中国茶”,成为传承、弘扬中华文化的重要载体。新式茶饮行业是作为中国茶文化更年轻化、更创新性的传承方式,不断发展并且积极走出国门开拓海外业务,为海外消费者带来高质平价的中国特色茶饮产品,也发扬、传承、传播了中国茶文化。

全国人大代表、盐津铺子董事长

张学武也认为,2018 年以来,民营企业开启第二波出海热。他把包括茶饮企业在内的第二波出海企业评价为“具有全球竞争力的中国品牌”。他认为,产业输出、数字化出海成为民营企业出海的主要模式,核心目的是开拓全球市场,市场最大化取代了成本最小化,开启了中国企业成长为全球品牌的“大航海时代”。

因此,赵红果建议,国家要鼓励民营企业走出去,并且提出了为民营企业的海外发展创造更加稳定和有利的外部环境;加强海外利益保护,让民营企业出海更有底气;为民营企业提供外汇便利化和金融服务供给;在海外创建面向民营企业的海外特区、园区等。



国内新茶饮市场日益饱和,品牌加速掘金海外市场。

视觉中国/图

品牌出海仍需引导

不仅仅是茶饮行业,对于各类中小企业来说,出海拓展业务都面临着一些挑战。

在新茶饮市场快速发展和消费升级的趋势下,海外市场成为新茶饮品牌的新蓝海。但出海过程中,茶饮品牌需要面对的挑战和机遇并存。

赵红果认为,新茶饮企业在出海过程中面临着一些困难,包括缺乏法律法规指导,各国食品安全和标准、投资建设工厂、知识产权保护及其他法律法规与国内存在较大差异等。

不仅仅是茶饮行业,对于各类中小企业来说,出海拓展业务都面临着一些挑战。全国政协委员、广东省工商联副主席、尚品宅配集团董事长李连柱提到,中小企业“走出去”拓展海外业务主要面临三个方面问题:首先是中小

企业缺乏对目的地国家的政策法规、历史文化宗教等方面的深入了解。其次是缺少国家层面的专门机构组织,无法为企业在海外投资可能遇到的风险提供实时“预警”。最后是相关行业平台机构的协调作用发挥不够,海外投资的中小企业之间“互助抱团”合作大多是自发行为。

为此,他建议,加强中小企业海外拓展服务的组织引导;丰富中小企业海外拓展服务的具体内容。

全国政协委员、深圳市政协副主席陈倩雯则提到,我国企业在获取海外技术、引进海外人才、参与国际科技合作等方面面临诸多阻碍,企业出海信息不对称,各

类出海信息及服务存在渠道分散、响应迟滞、细分行业领域信息相对缺乏、风险提示口径和深度不一等问题,企业短时间内难以全面有效掌握并做出正确决策。

因此,她建议商务部、国资委等部委牵头,采取“政府搭台、商协会配合、龙头企业组团、产业链上下游企业参团、金融等配套服务跟团”的模式,推动建立“组团出海”的产业联盟或企业联盟,助力企业集约式、链条式“出海”。

赵红果也提到,建议成立专门机构统筹研究其他国家法律法规,牵头成立有关协会组织与各国卫生、市场等相关部门沟通交流。加强知识产权保护,进一步指导新式茶饮企业出海。

培育白酒新动能 推动行业“智改数转”工作

本报记者 阎娜 刘旺 北京报道

在 2023 年 12 月召开的中央经济工作会议部署 2024 年经济工作中强调“以科技创新推动产业创新,特别是以颠覆性技术和前沿技术催生新产业、新模式、新动能,发

科技创新点燃发展新引擎

展新质生产力”。对于传统的白酒行业来说,如何通过科技创新实现高质量发展早已成为重要命题。

今年全国两会期间,多位白酒行业的代表、委员提出了关于酒业数字化、智能化方面的建议。其中,全国人大代表、舍得酒业生产

技术中心酒体设计部设计师陈柏蓉重点聚焦“智改数转”和新质生产力方面;全国人大代表、洋河股份党委书记、董事长、双沟酒业董

事长张联东则聚焦于“培育壮大白酒新质生产力,推动发展酒业新型工业化”方面。

索推动四川省川酒元宇宙工程,提升行业创新布局。

同时,陈柏蓉提到,具体落地时建议以白酒行业先行先试,因为白酒行业在过去 10 年信息化与数字化建设投入较大、基础相对完善。

实际上,近年来在政策和市场需求的引领下,多家头部白酒企业加速布局数字化、智能化转型升级,并已初见成效,成为产业升级、产品提质、消费扩容的重要抓手。

陈柏蓉表示,例如在复星、豫园的科创战略引领下,舍得酒业与部分高校及研究机构共建了“中国舍得陈酿酒老酒研究院”“中国生态酿酒产业技术研究院”“四川酒粮产业技术研究院”三大产学研创新平台;在生产方面,不断优化立体仓库、新型净车间、储酒设备、灌装设备等生产配套设施,打造智慧工厂升级智慧酿造;在消费者端,推出“动态酒龄”,通过数字化手段实现酒龄的可视化、动态化、透明化,并基于区块链技术进行优质白酒全链路分级溯源体系的创新与落地,实现了舍得老酒从原粮、酿造、贮存、包装、流通到消费等各个环节追溯闭环。

具体来看,首先,建立产学研深度融合机制。由国家和省市主管单位牵头,系统筹谋,建立白酒产业链链主主导的产学研深度融合机制,建立人才孵化基地、搭建科研平台、开展科研项目,逐步树立白酒行业“智改数转网联”科技化标准。

其次,激发驱动白酒行业创新活力。在企业主导的产学研深度融合机制框架内,针对白酒的数字孪生、智能 AI 质检、微生物监测等行业痛点,进行重点攻关、创新突破,加速企业“智改数转网联”步伐,加速科研成果落地。

最后,积极探索商业模式创新。通过“智改数转网联”构建以龙头企业为主的产业链 B2B 平台经济,提升产业链链主的行业引领作用和先发优势,进一步提升产业链的运营能力,降低产业链运营成本。

在陈柏蓉看来,“智改数转”是实现白酒产业高质量发展的必由之路。陈柏蓉提出以下建议:首先是构建行业追溯规范,引导企业打造追溯体系,提升行业品质;其次是打通行业数据资产,保障智能制造水平,提升行业生产效益;再次是强化国家政策引导、人才培养,提升行业生产效益;最后是积极探

多举措推动酒业发展

近年来,各大白酒企业为推动酒业高质量发展各出奇招,通过绿色转型、数字化转型等举措,推动行业高质量发展。

目前,“绿水青山就是金山银山”已成为社会共识,作为一名企业管理者,张联东表示:“坚持绿色发展,实施低碳战略,是中国白酒企业必须践行和落实的责任和使命。”

记者注意到,洋河股份已实现绿色酿造、绿色生产、绿色发展,协同推进降碳、减污、扩绿、增长。全面打造了“从供应链到产业链再到生态链自动化、信息化、数字化”的智慧“链主”企业,创新推出“从田间到舌尖”的全产业链绿色生产模式。在构建“零碳企业”“碳供应链”方面,先后建成智能化能源管理系统、循环水系统、沼气锅炉产气及光伏发电等项目。

“立足‘绿色化’生产发展,打造可持续生态链。通过打造一批白酒行业生态环保标杆企业、标杆产区,逐步形成人与自然和谐共生的白酒现代化产业发展新格局。”张联东表示。

具体来看,张联东建议,加快构建白酒绿色发展标准体系,引导建立绿色生产方式。例如,加快推进白酒产业生态环境保护、能源耗用标准制修订工作,建立白酒行业碳排放测算标准等。

同时,张联东认为,要加快白酒产业绿色技术创新发展,为绿色发展提供新质生产力。加快白酒产业绿色供应链建设,打



校企合作实验室开展酿酒技术研发。

视觉中国/图

造优质绿色发展集群。鼓励头部酒企建设“智慧生态农场”原粮生产基地,探索建立循环性农业生产方式;深化绿色产品优先采购、共建产业联盟等。

陈柏蓉也关注到了白酒产业的高质量发展方面。她提到,酒类产业是保障人民群众对高品质美好生活需求的民生产业,更是承载着历史文化传承的经典产业,在拉动消费、解决就业、保证财政收入、带动第一产业和第三产业方面发挥着重要作用。

以数字化推动白酒、黄酒等传统产业从生产到渠道再到消费端的改造提升,不仅有助于提升产业竞争力,更能满足消费者日益增长的高品质需求和酒产业的高质量发展的需要,对于促进经济社会发展具有重要意义。

为此,陈柏蓉建议,首先,落实党的二十大对加快建设数字中国作出的重要部署,针对传统行业出台相关政策,支持酒类产业数字化转型,包括资金扶持、税收优惠等专项政策。其次,对酒类流通行业数字化改造加大政策资金支持力度,提升流通效率,降低流通成本,助力酒类流通领域的统一市场体系建设。

再次,支持建立酒业公共大数据服务平台,加强对酒业新业态新模式监管。

此外,陈柏蓉还建议,加强酒类产业与高校、科研机构的合作,培养数字化转型所需的专业人才与课题研究;制定和完善酒类产业数字化转型的相关标准,确保转型过程的规范性和安全性。