



XIAO GUAN TEA

——小罐茶·大师作——



小罐茶

浅析商业模式



「目标客户& 价值主张」



化

『简单方便喝好茶』

『标准』

茶谈资	新茶习惯		新茶小白	
<div>原茶小白</div> <div><p>品味社交茶谈资</p><p>我日常见客户很频繁，一般约在商圈中心，顺道茶店去拿一条茶。等人就在店里喝会茶，很方便。</p></div>	<div>原茶习惯</div> <div><p>兴味探索茶瘾党</p><p>我家里囤茶不会断，平时出差、旅游、逛街、逛淘宝、刷朋友圈，看到有意思的茶，都会多看看，买来试试。</p></div>	<div>原茶小白</div> <div><p>品牌效率茶新贵</p><p>我喝茶喝咖啡一半一半。茶是门学问，我还喝不出来，所以就挑贵的买，看有没有品牌加持。</p></div>	<div></div> <div><p>品质口感茶习惯</p><p>我喝水就喝茶，喝到一两种口感很好的花茶、红茶，就一直买。也试过喜茶、茶颜的茶包，觉得品质比不上。</p></div>	<div></div> <div><p>时尚尝鲜养成系</p><p>茶比咖啡健康。平时上班我就买花果茶、养生茶来喝。今年也开始学着泡茶，每种茶叶背后都有故事和文化。</p></div>
<p>黄河山</p> <p>36岁</p> <p>企业创始人</p> <p>茶即圈子，有鄙视链</p> <p>为品牌和圈层认可买单</p>	<p>王丰</p> <p>34岁</p> <p>资深产品经理</p> <p>茶即生活，是趣味和亮点所在</p> <p>为品质和创新体验买单</p>	<p>张凌</p> <p>32岁</p> <p>运营总监</p> <p>茶是学问，是健康生活</p> <p>为品牌和消费体验付费</p>	<p>董佳宜</p> <p>29岁</p> <p>猎头</p> <p>茶是日常，是生活调味剂</p> <p>为口感和品质付费</p>	<p>Anne</p> <p>26岁</p> <p>品牌运营</p> <p>茶是生活方式，是文化和体验</p> <p>为消费体验和文化付费</p>



「竞争」



农业与生物技术学院

碧水青禾
思政工作网

[首 页](#)[思政工作](#)[学生党建](#)[学生团建](#)[评奖评优](#)[学生资助](#)[心理健康](#)[生涯规划](#)[学生组织](#)

当前位置： [首页](#) | [就业指导](#)

小罐茶2021年校园招聘计划

编辑：碧水青禾思政网 时间：2020-11-19 访问次数:323

[2021年校招主题](#)：小罐有你 未来可期

[公司简介](#)：

小罐茶定位为中国茶的现代派，是中国文化复兴和消费升级趋势下，诞生的一个全品类现代中国茶品牌。

小罐茶联手 8 位制茶大师，坚守精品主义，坚持原产地原料和传统工艺， 并邀请日本设计师神原秀夫、苹果 Apple Store 设计师 Tim Kobe 打造包装及店面，致力于创新传统中国茶的消费体验，缔造以茶为媒的现代生活方式，让中国茶以品牌的方式重新走向世界。

小罐茶，因创新而生，为颠覆而来，携手 8 位制茶大师，坚持原产地原料、传统工艺、真空充氮包装、统一等级和价格，用四大标准，做中国好茶。

小罐茶，追求透明化与标准化，还原茶叶本质，建立好茶品鉴准则，缔造绝佳产品和用户体验，让茶回归生活，美化生活，用创新思维，做好中国茶。

小罐茶，现代派新中国茶。



● 精致 美观



● 精致 美观



广告很多

高端茶叶其实不少



IPO三度失利，八马茶业的终局是小罐茶？

银箭财经 · 2023-10-11 16:54 [关注](#)

八马茶业在焦虑什么？

上市门前三度IPO失利的八马茶业，又一次展露了茶企的焦虑。

“9月28日晚间，根据深交所披露信息，八马茶业申请撤回发行上市申请文件。除去2015年新三板短暂挂牌的3年时光，从2013年至今，这也算是八马茶业第三次冲击IPO失败。

考虑到2023年IPO审核越发严格，在八马茶业本轮撤回申请之前，同属餐饮和生活服务类的老乡鸡和德州扒鸡也先后经历了IPO失利。同时，不仅上半年真实过会率低于50%，10月7日、8日，更是有浙江国祥和正大股份相继被叫停IPO。

竹叶青学不得小罐茶

数科社 · 2022-11-04 14:00 [关注](#)

高端之路上的进退两难。



小罐茶

做中国好茶、做好中国茶

C轮

北京市

2014-12

[我要联系](#)

36氪报道

消费电商

高新技术企业

俗话说“烟酒茶，不分家”，指的是国人人际交往离不开烟酒茶这三样硬通货，而如此的称呼排序也无形中表露出三个消费品类的市场地位。

中国盛产好茶，但唯独缺少能与星巴克这种国际咖啡巨头比肩的现象级茶企。

纵览国内如火如荼的白酒产业，A股的白酒板块已成为消费股市值龙头，老牌茶企的上市之路却显得长路漫漫——5月，八马茶业IPO折戟创业板，止步于“茶业第一股”。

自2014年“营销鬼才”杜国楹带着小罐茶横空出世后，国内茶业市场风起云涌。彼时，已经连续6年销售额停滞不前的老牌茶企竹叶青也踏上了一条更激进的高端之路。

2018年，竹叶青品牌创始人唐先洪放出豪言要做“茶中茅台”，还立下“5-10年完成百亿营收”的宏大目标。



杜国楹

背背佳、好记星、E人E本

8848手机、小罐茶



「趨勢」



解决方案

买

八品合一

送

明码高价、高端送礼

喝

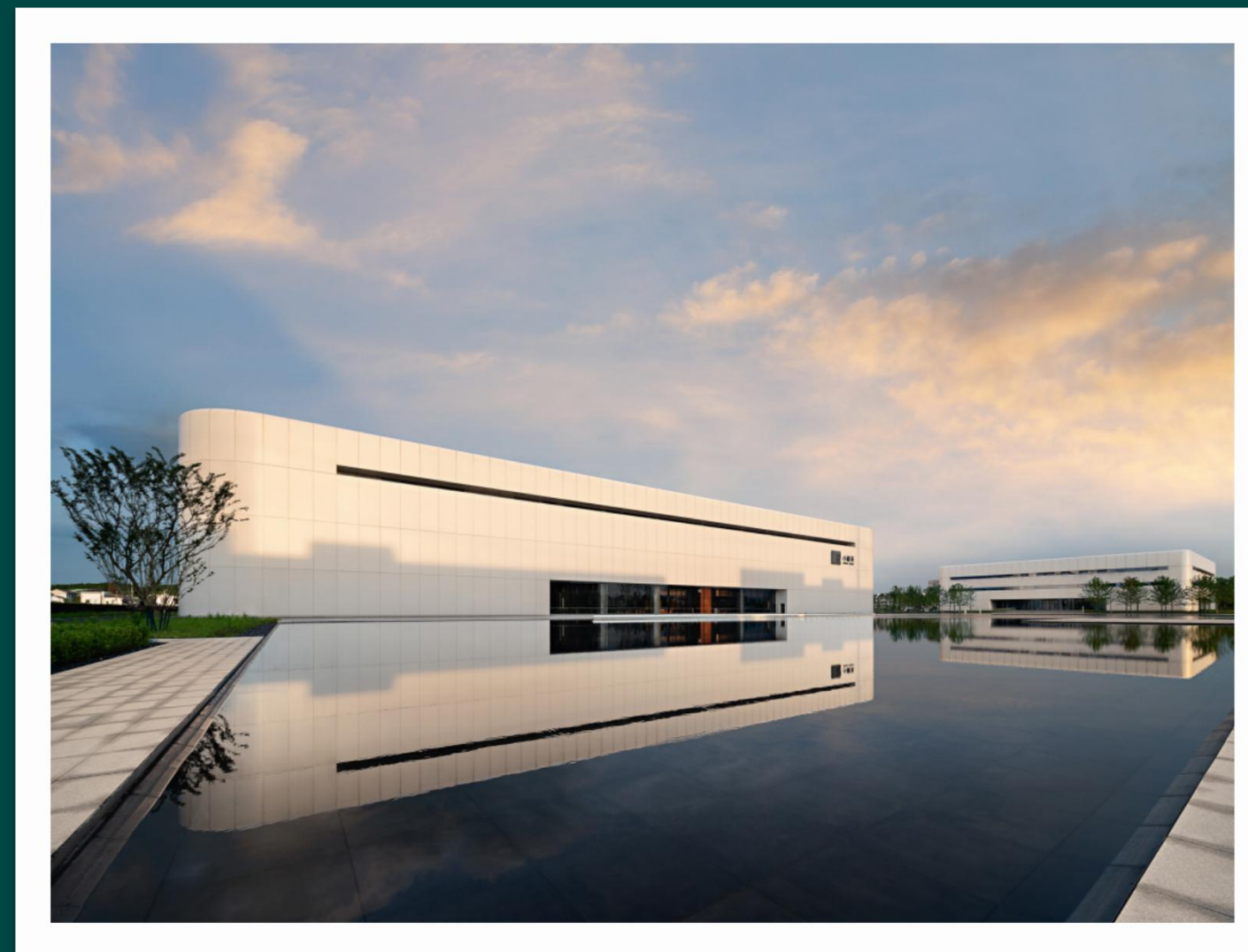
一罐一泡、一泡一罐



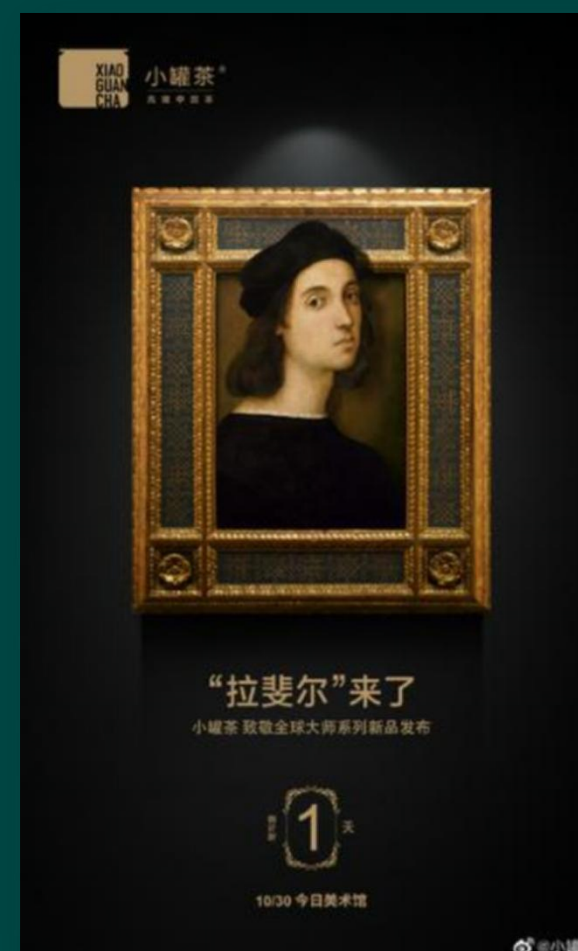
● 线下先行



品牌先行



品牌先行



品牌先行



差异化产品



小罐茶天猫旗舰店主SKU划分（截至2020年10月底）

类别	人群	场景	产品系列	价格	上市时间	类别	人群	场景	产品	价格
茶	茶发烧	收藏/送礼	鉴赏款	¥6000/112g	2020年8月	茶具				
	茶习惯	送礼	黑罐	¥3000/80g	2017年12月		茶习惯	商务/办公室/待客	鹰嘴行政套	¥2480
		送礼	商务系列	¥2000/240g	2020年8月			商务/办公室/待客	功夫茶茶具套装	¥1980
		送礼	金罐	¥500/40g	2015年			商务/办公室	骨瓷长官杯	¥1280
		送礼/自饮	银罐	¥248/40g	2015年			移动	旅行泡茶杯	¥798
		自饮	多泡装	¥150/50g	2019年7月			移动	青春版旅行泡茶杯	¥498
	茶小白	自饮	彩罐	¥79/20g	2020年8月		茶小白	家/办公室	极刻定时茶具	¥448



差异化产品



「风险」

存在的 问题

● 净利润低

● 单价&成本高

● 舆论风险

Thanks