

# 凭一杯奶茶 台州小镇青年叩开港交所大门 新茶饮“第三股”花落浙江

继奈雪的茶、茶百道之后，新茶饮第三股花落浙江。昨日，浙江本土新茶饮品牌古茗登陆港交所，发行价为9.94港元。上市首日，古茗开盘价为10港元，市值约235亿港元。

这家从台州温岭走出来的新茶饮品牌，为何成为新茶饮赛道的“蛇年第一股”？



## 85后台州小镇青年，缔造“奶茶王国”

从台州的一家街边小店，到成为第三家登陆资本市场的新茶饮品牌，古茗创始人王云安值得一书。

回溯王云安的创业经历，可以说是一部经典的小镇青年逆袭史。

王云安祖籍浙江台州，1986年出生在云南，父母在中缅边境的德宏州盈江县经营一家小百货店。正是在父母的熏陶下，王云安很小就在心里埋下了创业的种子。

2001年，王云安回到台州温岭大溪中学读书。2006年考上浙江理工大学材料科学专业。

大学期间，王云安便和同学通过贩卖收音机、棉被等小商品，赚了近30万元，挖到人生第一桶金。

毕业后，王云安在萧山一家丰田4S店上了7天的班，不甘于打工的他很快辞职，决定回家乡创业。

彼时，王云安的家乡温岭大溪，还未出现一二线城市的品牌茶饮。本身就喜欢喝奶茶的王云安决定在家乡开家奶茶店，他把这家店取名古茗。这年，王云安24岁。

创业开奶茶店，理想很丰满，现实却很骨感。

开店初期，古茗的生意十分惨淡。开业首日仅收获98元营业额，其中还包含王云安合伙人阮修迪自购5元奶茶的友情赞助，勉强凑成103元的开业成绩单。

门店日营业额低迷的情况持续了大半年。王云安带领团队从产品配方到服务质量，从门店布局到员工培训，每一步都进行完善升级。为了了解顾客的喜好，他甚至用三轮车拉着流动摊位邀请路人品尝奶茶。

2011年，王云安的第一家合作店开业，古茗借此正式开启了连锁经营模式。次年，古茗走出台州，向着更广阔的全国市场进军。

## 加盟店“农村包围城市”，这家奶茶品牌是如何做到的？

作为一家现制饮品企业，古茗聚焦大众现制茶饮市场。提供的饮品包括果茶、奶茶和咖啡等，产品价格范围通常在10-18元。按2023年商品销售额及门店数量统计，古茗是目前中国最大的大众现制茶饮店品牌。

回顾古茗的发展历程，“农村包围城市”是其主要打法，古茗主要采用加盟模

式迅速扩张。截至2024年9月30日，古茗门店数量达到9778家，其中80%的门店位于二线及以下城市。古茗控股的9778家门店中，直营店有7家，其他门店均由加盟形式经营。

加盟商开的门店，最怕的就是出现饮品质量不稳定。为了确保加盟店能使用总部统一采购的优质水果、牛奶等，让各个加盟店的奶茶出品更加稳定，古茗只有在仓库能配送到的地方，才会开店。

王云安介绍，其实早在2012年开始，他就已经采用自己的车为县城的加盟商配送原料等货物，这可以算是古茗供应体系的雏形。

目前，古茗打造了中国现制茶饮店品牌中最大的冷链仓储及物流设施。招股书显示，截至2024年9月30日，古茗在全国范围内拥有22个仓库，总建筑面积约220000平方米；并且直接拥有并经营362辆运输车辆，能直接实现仓库之间、仓库到门店的精准配送。完善的供应链是支撑古茗九千余家门店的核心，据招股书统计，约76%的门店位于距离古茗某一仓库150公里范围内。

除了建立仓储基地并自建冷链配送系统，为了让消费者“每天一杯喝不腻”，在产品研发上，古茗也会定期推出新品保持产品吸引力。古茗产品研发团队成员要经常做市场调查，主要是去一二线城市，深入了解消费者的口味偏好，分析新的市场趋势。

古茗一位产品研发员工介绍，在做市调时，每天至少得去8个门店，每个门店会点十几杯饮品，“一天尝个100多杯算是基础操作”。

2023年和2024年前三个季度，古茗分别推出了130款及85款新品。

稳定的配送系统和产品研发能力，可以说双轮驱动了古茗成功上市。不过，在祝贺古茗成为新浙股的同时，放眼当今已成红海的新茶饮赛道，古茗还是要打好接下来的新茶饮市场“追逐战”。

就在古茗2024年1月2日递交上市招股书的同一天，蜜雪冰城也递交港交所。而紧随古茗2024年12月15日再次递交之后，2025年元旦蜜雪冰城再次冲刺港股IPO。除了这两大新茶饮品牌外，霸王茶姬也透露最快将在今年赴美上市。

艾媒咨询发布的《2024~2025年中国新式茶饮行业发展现状与消费趋势报告》称，新式茶饮行业已从初期的快速扩张、激烈争夺份额的“跑马圈地”阶段，过渡到注重精细化运营的存量竞争新阶段。产品同质化现象突出，行业内卷加剧，市场趋于相对饱和状态，预计未来几年，中国新式茶饮市场规模将维持小幅但稳定的增长态势。

据都市快报

## “上门喂猫收入两万” 为何成热搜

专家提醒宠物师相关服务尚待规范

“春节上门喂猫服务圆满结束收入2万”的话题近期冲上热搜，网友纷纷表示“我也想接单”。在小红书，上海宠物上门喂养相关笔记超120万篇，有些年轻博主直接自己做老板接单。

### 平台申请显著增加

家住宝山大场镇的林姝彤特别喜爱小动物，已有15年以上小动物喂养经验，这两年开始兼职上门宠物喂养，同时接单热带鱼、柯尔鸭、金丝熊等异宠喂养。上门喂养服务内容基本是给宠物加粮、换水、铲屎、打扫、陪玩等。单次价格从40元至100元不等，一般会根据上门距离远近、宠物种类和数量等，确定最终服务价格。工作时，她会戴上一次性手套、鞋套入内，视频记录服务全过程。

也有不少网友注册成为挂靠平台的“伴宠专员”。在“来宠”“咕噜”等宠物服务平台，认证宠物师数量已超4500人。宠物生活服务平台“小布在家服务”数据显示，从1月份开始至春节假期结束，伴宠专员的申请注册量出现显著增加，新增申请数量达到了5000多份。收入方面，“小布在家服务”平台伴宠专员在春节期间，部分收入可过万，约60%专员收入在3000元至5000元，接单量集中在40单至60单之间，少数可超百单。“小布在家服务”创始人彭德政在接受采访时介绍，春节假期订单涨幅超110%，营收涨幅85%。

记者调查发现，大部分宠物服务平台要求从业者具备宠物医疗知识，并通过实名认证、保证金缴纳等流程，如“小布在家服务”要求注册用户通过养宠知识测试、真人携宠面试等8项审核机制。截至2024年11月，该平台已进行300余场培训，培养了一万余名伴宠专员，其中大部分是95后、00后年轻人，他们既养宠物，又做宠物服务。

### 入职门槛越来越高

随着客户需求的多元化，除喂食、清洁和记录过程等基本操作外，专业服务平台的宠物师还需要为宠物洗澡、代购药品，甚至需要安抚宠物分离焦虑、播放主人录音等情感化服务。入职门槛

也从简单的喂食铲屎，升级为包含健康监测、心理安抚、定制服务等综合性照护。

然而，行业爆发式增长的同时，服务安全和标准化等问题也随之浮现。这几年不乏“上门喂养”引起的损坏物品、宠物受伤甚至死亡的纠纷。对此，阿派关爱小动物社会发展中心负责人陈媪评价，宠托师、伴宠专员等新职业的崛起，从侧面反映了养宠人士从盲目跟风养宠，逐渐转变为理性爱宠，并开始懂得尊重小生命，不再把小猫小狗当作物品、随意抛弃。但是这些新职业尚无足够的时间培育成熟，同时有待市场规范，所以目前很难给予统一评价标准。

“工作服务的对象是不会说话的‘毛孩子’，最终的满意度到底如何，只能由宠主主观感受。”据陈媪观察，大部分的养宠人士包容度还是很高的，只要看到对方提供了相对负责和细致的服务，就会感觉自己的宠物被好好照顾到。

### 资格认证尚不明确

目前，社交网络充斥着海量宠物师培训相关信息，有些培训学校甚至自诩为“唯一官方报考途径”，事实果真如此吗？国际辅助犬组织训导师、而行上海导盲犬学校创始人王春笋解答，目前国内尚无明确的国家层面的规范和监管来专门界定宠物师证书的效力。“网上确实有不少机构都在发证，但由于这些机构都是民间自发，没有官方授权，证书的权威性还有待甄别，也没有明确的法律法规禁止这类民间协会颁发宠物相关的技能证书。”王春笋表示，如果机构是按照其注册地的相关法律法规进行注册登记，且在其业务范围内开展宠物师培训及证书颁发的，就认定其合法合规。

《2025年中国宠物行业白皮书》显示，2024年中国城镇犬猫消费市场规模突破3002亿元，中国城镇犬猫数量突破1.2亿只。其中，春节假期催生的“留守宠物”超过800万只，带动上门喂养服务需求激增。养宠人士都在期待各方群策群力，带动宠物师等职业健康有序发展，而非野蛮生长。

据新民晚报