



扫码品老爸茶

有着百年历史的海南老爸茶,过去大多是开在街头巷尾的苍蝇小馆,其消费主力是中老年人。在热气腾腾的茶馆里,点上一杯红茶一个大包,阿公阿叔们饮茶消遣时光。现在,越来越多的年轻人也爱上这种悠闲的餐饮消费。

近年来,海南老爸茶发展迅速,尤其是规模化、品牌化的老爸茶门店迅速扩张。据不完全统计,仅海口、文昌、琼海3地今年新增品牌门店多达70家。老饕们还注意到,品牌老爸茶门店纷纷“抢滩”商圈地段,升级店内装修和菜品,提供更舒适的就餐环境和特色美食小吃。

老爸茶为何成琼菜的“新风口”,靠啥圈粉年轻消费者?今天,我们一起来品一品老爸茶的新变化。

南国都市报记者 易帆



下午茶时间,海口一家老爸茶馆内座无虚席。(记者郑光平摄)

上世纪30年代 东南亚华侨 把老爸茶 带回海南

海南老爸茶历史渊源,最早可以追溯到1936年,由东南亚华侨带回海南。老一辈的海口人还能清楚地记得,当时海口最繁华的得胜沙商贸大楼里就有“西茶楼”,供应西式奶茶、咖啡和糕点,在下午茶时间生意最热闹。随着港口的贸易往来,“西茶楼”渐渐从骑楼传播开来,成为本地人的饮食习惯。

上世纪90年代,中西融合的老爸茶正式流行起来,在海南多个市县均有老爸茶店,供应的餐食也逐渐多元化,除了西式面点外,还融入了广式早茶点、海南特色的煎堆、薏粿和马拉糕等小食。

品历史

新传

老爸茶 这杯茶一年卖近100亿元

有多火? 新店接连开张,海口文昌琼海今年新增品牌门店70家

谁在喝? 外卖订单蹭蹭涨,年轻人也爱上喝老爸茶

品“新”茶

老爸茶店品牌化 去年年产值近100亿元

每天上午7点到12点、下午3点到5点,是老爸茶馆最为热闹的时段。茶馆内人声鼎沸,餐台摆满各类糕点、小吃,食客们边喝茶边聊天。

近日,海口万达广场的椰城喜鹿老爸茶店,市民陈女士与几位好友相约喝下午茶,点上冷饮、小吃,在宽敞舒适的就餐环境中,聚会的氛围十分轻松愉快。“冰柠茶、炸鸡翅、广式肠粉、斑斓面饼……老爸茶档的选择多,各自点上自己喜欢的,更能满足我们个性化的需求。”陈女士说。

隔壁桌的邱大叔与老伴则点了红茶、煎堆。“边喝茶边聊天,我们有空就到茶店里坐坐交流信息、情感。”今年63岁的邱大叔说,与过去相比,老爸茶的就餐环境更好了,味道还是一样地道。

“每天下午3点至6点是门店客流量的高峰期,600个座位基本上坐满,节假日更火爆。”海南椰城喜鹿餐饮管理有限公司副总经理刘坤介绍,来店喝茶的不乏年轻消费者和外地游客。

在海南,像椰城喜鹿这样的品牌老爸茶店如雨后春笋,快速发展壮大。据相关调查数据,2023年海南老爸茶发展迅速,在餐饮业中的占比达到9%,门店达4000余家,年产值近100亿元。

记者注意到,随着供应链的成熟,不少老爸茶门店还开通外卖服务,圈粉更多年轻消费者。聚福安老爸茶相关负责人陈思宇介绍,该店通过美团、抖音和小红书等线上平台的推广收获了一波年轻粉丝,现在门店消费者中六成是年轻人,更符合年轻人口味的冰柠茶、炸鸡翅都是店内的“销冠”。

品“新”客

年轻人也爱喝老爸茶 外卖订单快速增长

去年底,海南老爸茶正式被列入海南省第六批省级非遗代表性项目名录,获得了社会各界更多关注。据美团平台统计数据,去年海南餐饮消费的热门品类中,地方小吃、老爸茶门店增长快速。

老爸茶能够迅速圈粉年轻人,是何缘由?

“85后”刘坤是新海南人,在他看来,老爸茶火起来并非偶然。“独具海南特色的地域美食,老爸茶馆几乎都能囊括。”因此,项目筹备时团队就提出要打造年轻人的“茶空间”。在椰城喜鹿老爸茶店内,南洋风格的灯笼、墙上的老照片,也体现了老爸茶的百年文化底色。

海南省烘焙行业协会会长温晚儿认为,随着新资本和经营者入局,传统老爸茶店的经营意识、品牌意识也增强了,产业发展驶入了快车道。“老爸茶步入了规模化、品牌化的发展趋势,未来老爸茶品牌之间的竞争将更为激烈。”温晚儿说,老爸茶的兴起还得益于供应链和人才的支撑,海南特色茶饮小食在保持美味的同时融合了健康、天然的理念,这也吻合了当下年轻人的消费理念。

海南省酒店与餐饮行业协会相关负责人分析,去年以来海南旅游消费迅速提升,老爸茶作为海南地方餐饮文化的重要部分,受到了更多的重视和市场青睐,所占份额显著提升。另一方面,结合全国的餐饮行业发展背景来看,“高质平价”成为全国食宿行业发展的热门关键词。海南住宿、餐饮发展出现新特点、新变化,消费者更注重性价比。在此背景下,人均消费不高的老爸茶馆更受市民游客的欢迎,客源增多。

值得一提的是,伴随餐饮消费需求的变化,城市休闲餐饮店明显增加,更符合年轻人“慢生活”理念的老爸茶餐饮消费,成为他们消费的一个新亮点。

品“新”策

产品同质化,竞争加剧 老爸茶应做足“琼味”功夫

产业快速发展之下,竞争也随之加剧,品牌老爸茶的经营压力也不小。摆在经营者面前的,是老爸茶用工成本高、毛利率低、产品加工标准及服务标准缺乏、同质化竞争激烈等难题。

一位经营者坦言,一个老爸茶馆上架供应的各类糕点、粉粥面等菜品就有300余种,后厨有20多位专业厨师,传菜员、服务员、保洁员等员工加起来多达87名,用工成本居高。

有经营者认为,老爸茶馆难以做出差异化,“门店装修、供应的菜品都差不多,也因此目前品牌老爸茶更多瞄准的是黄金地段、客流量大的商圈。”一位业内人士谈道。

温晚儿建议,经营企业可加强菜品研发,尤其可深入挖掘海南特色优质农产品原材料,一是继续增加海南特色,做足琼味;二是可做出绿色、生态、健康的餐饮品牌,为品牌价值赋能。

同时,品牌老爸茶还可挖掘老爸茶文化内涵并将其融入产品和服务,提高用餐体验,让市民游客“沉浸式”感受老爸茶魅力。温晚儿建议,老爸茶还可探索二次销售,进一步延长老爸茶产业链,例如在省烘焙行业协会的体验门店,就尝试推出“老爸茶糕点伴手礼”,让游客来喝茶,离开时还可带上一份礼物。