

## 首款“惊天动地” 第二款“悄无声息” 茅台二度联名瑞幸 为何不香了？



最近，瑞幸推出与茅台合作的第二款联名产品龙年酱香巧克力。与首款酱香拿铁出道即巅峰相比，这次推出的龙年酱香巧克力既没有引发社交媒体热议，也没有出现排队购买的情况。

仅仅间隔了几个月，为何同款酱香就不香了？

←酱香巧克力和酱香拿铁“共用一个杯”。

### 1 市场反应平平

1月28日，在江北一家商业综合体的瑞幸门店，记者并未在点单台看到酱香巧克力新品海报，现场仅有一个关于酱香拿铁的“含酒提示”，以及“小黑杯SOE耶加雪菲”的小海报，后者是2020年底上线的产品。该店工作人员表示，可以制作酱香巧克力，不过点的人不算很多，“没有酱香拿铁出来的时候这么热闹。”

1月29日，记者来到东部新城一家写字楼下的瑞幸，看到的情况类似。记者通过小程序点了一杯酱香巧克力，各种折扣算下来售价16.34元/杯，比38元/杯的原定价便宜了一半还多。有意思的是，它甚至没有自己的专属包装，而是和

“大哥”共用一款杯子。当记者询问这款产品的销量时，工作人员表示，不太好，当天打开的一份巧克力冲泡原料还没有用掉一半。

“其实，酱香本来的受众就不太多，第一波产品大家都图新鲜，但热度也就维持了两周左右，后来就没有太大动静了。这次尝试的人更少，因为新鲜劲过了。”上述工作人员表示，同样是新品，咖啡类推出的“红龙拿铁”销量就好得多。

事实上，不仅在宁波，这次瑞幸推出酱香巧克力之后，多地消费市场都处于反应平平的状态。更有媒体报道称，不少消费者冲着明星小卡才来购买酱香巧克力。

### 2 多方因素造成

作为中国酒业最有分量的白酒品牌之一，为了挖掘年轻消费群体市场潜力、进一步拓宽产品矩阵，这几年，茅台针对年轻人的推广着墨颇多。除了联名瑞幸之外，此前，茅台还和玛氏食品公司旗下的德芙巧克力出过联名，茅台冰淇淋也是近几年的爆款之一，不管是销量还是话题都表现优秀。

营销人士认为，对比前几次联名产品的火爆，这次的遇冷或许由多方因素造成。

“首先，本次产品主题为巧克力，远没有咖啡受众基数大。后者是职场人常备的饮品，而前者在健康、减肥等风气盛行的当下会让不少瑞幸的主流消费人群望而却步；其次，消费群体对于茅台的好奇，

大多数已经被第一款酱香拿铁释放光了，自然在短时间内没有太大消费吸引力。”营销专家王雅丽告诉记者。同时，她也表示，尽管这几年开始尝试年轻市场的产品，但茅台的受众群体目前还不是喝咖啡为主的人群，因此两者联名可以成功输出一个新鲜事物，但显然无法在短时间内二次制造爆款，更别说拿这个培养出一定数量的忠实拥趸，“说白了，网红而已。”

茅台集团党委书记、董事长丁雄军曾表示，培育年轻消费者的茅台酱香口感，是推动茅台品牌年轻化、时尚化的重要抓手，抓住年轻人，就是抓住茅台的未来。但显然，年轻人的心思并不是那么好猜的。 记者 黎莉 文/摄

## 初代网红“麦田工坊” 为何一关一开？

连日来，不少宁波人的社交平台上频频刷到一则信息——明州里的“麦田工坊”闭店了。作为宁波人喜爱的本土烘焙品牌，“麦田工坊”的人气一直很火。为何突然关了？

### 1 已经人去店空

1月29日午间，记者来到位于鄞州中心区的明州里购物中心。临近年底，本应是消费高峰，但这座开业6年有余的购物中心却显得较为冷清。“麦田工坊”位于明州里二层的中庭位置，紧闭的两道卷闸门显示这里已经人去店空。卷闸门上贴着一张闭店通知：由于门店运营调整，“麦田工坊”明州里店于1月17日闭店。

在“麦田工坊”明州里店外，有相当大的一个二层中庭悬空空间，像一个欧式大露台，这也是很多人来“麦田工坊”偏爱的“打卡机位”。如今，除了庭院风的休闲桌椅、收拢的庭院伞、装饰灯，这里已经空无一人。

记者联系“麦田工坊”有关负责人获悉，其明州里店的闭店原因是租约到期不再续租。该负责人表示，此前已通过“麦田工坊”微信公众号、门店通知等形式发布了闭店信息。由于“麦田工坊”并无储值卡机制，所以不涉及储值卡处理等后续问题。

记者发现，目前，明州里首层的品牌门店基本都是新能源车门店，零售属性非常薄弱。记者粗略估算，入驻明州里购物中心的新能源车品牌有近20家。可以说，这里已是不折不扣的“汽车城”。

值得一提的是，“麦田工坊”原所在的明州里二层、三层业态也较为混乱，有部分是新能源车品牌设在二层的客户服务中心。而且，每个楼层都有儿童教培、生活配套、餐饮业态、零售业态等。



“麦田工坊”明州里店关了。

### 2 转战钱北商圈

作为宁波本土较为知名的一家烘焙品牌，“麦田工坊”成立于2015年，凭借最为拿手的牛角包打响名号，称得上是宁波烘焙界的初代网红之一，也是很多人心目中的宝藏店铺。

“麦田工坊”明州里店于2020年10月开业。尽管明州里购物中心的人气一直较为冷清，但“麦田工坊”却一直保持着高客流。不管是工作日还是周末，“麦田工坊”明州里店外的欧式大露台都坐满了人，是明州里购物中心为数不多的“人气杠把子”品牌。

2017年，明州里购物中心以“宁波首家轻奢mall”的定位亮相。从招商方面看，当年轻奢品牌的比例超过70%。VER-SUS、VERSACE、Y-3、TAGHeuer、GIVENCHY、Agnes.b、FURLA等均在这里首进宁波。当下，这些品牌早已在一轮

轮调整中失去踪影，目前开业品牌仅剩盒马鲜生、方太等。如今，网红店“麦田工坊”也闭店了，令人叹息。

不过，“麦田工坊”明州里店闭店不到一周，1月23日，在其直线距离不到3公里、行车距离不足4公里的钱湖北路商圈，“麦田工坊”万象汇店开业了。记者注意到，目前，在钱湖北路商圈的几个购物中心，烘焙、轻食品牌聚集度较高，如鄞州印象城的莫逆时光、KAKKO、野生酵母，宁波万象汇的好利来等。

在小红书等社交平台上，不少人认为“麦田工坊”此次一关一开的运营调整，实际上是从万达商圈“转战”目标顾客群更为集中的钱北商圈。对此，上述麦田工坊负责人表示不方便回应。

记者 史妮超 文/摄