

编者按

过去一年，湖南在多重挑战中逆势而上，经济社会发展取得了新的成效。立足民营视角，湖南为地方营商环境现状“精准画像”，着力推动全省各类群团组织成员规模创新创业，实现了全省“优化营商环境一盘棋、一张蓝图绘到底”的新格局。而这一亮眼成绩背后，得力于千千万万名湘商，也离不开创新创业的WOMEN（我们/女性）。

WOMEN如何在湘商新经济领域创业逐梦？我们特别策划“巾帼初心耀三湘·创业篇”专题报道，聚焦新时代不断崛起的女性力量，记录属于WOMEN的创业传奇！



扫一扫，
看创新创业
好故事视频

一家新消费企业藏着三个宠粉秘诀

“妈妈粉”女老板：让长沙果茶加“杯”女性友好



人物名片

吴畏

- 果呀呀果茶创始人
- 长沙市青年企业家协会副秘书长
- 获评“新消费新锐人物”长沙市最美青年企业家

今日女报/凤网记者 周雅婷 李曼倩

吴畏，90后湘商女老板，江湖人称“v姐”。在百度上，她有个自己还挺喜欢的标签：放弃养猪的果茶妹。

作为湖南新消费领域果茶赛道TOP1，吴畏创办的“果呀呀”果茶被广大网友定位为“妈妈粉最多”的饮品品牌，而强大的“女粉”消费，也让她的企业越做越大。如今，果呀呀拥有50余家门店、500多位伙伴，2023年营业额超过1.2亿元。

从长沙南门口不足15平方米的小店起家，这杯果茶是如何吸女粉无数？我们今天来聊聊果呀呀背后的三个女性友好瞬间……

因一份友好而创业

吴畏来长沙卖果茶，是机缘巧合。

吴畏在安徽读的大学，学的偏偏是“养猪”。临近毕业，她在一家奶茶店从兼职销售一路干到了代理店长。但意外的是，老板没有把吴畏框在奶茶店，反而劝她去外面闯。决定北漂的那个月，吴畏的工资卡上多了2000元，老板说在外打拼不容易，希望能为她的前程助力。

老板是长沙人，吴畏也因此对这座城市充满了好感。

两年后，当老板再问吴畏，想不想一起做自创品牌的奶茶。她没有犹豫，辞去北京的工作，来了长沙。

最开始，吴畏没有想过要和蒸蒸日上的点点、茶百道、喜茶等茶饮大品牌竞争，只专注经营长沙南门口长郡中学附近的一家店，奶茶、果茶，什么品种都卖。

但渐渐地，长沙的新消费品牌扎堆出圈。先有“国风鲜奶茶鼻祖”

茶颜悦色的强势破圈，后有“人潮涌动”的文和友与墨茉点心局在新消费赛道“杀”出一条路。吴畏有了危机感。

抱着“不破不立”的决心，2016年，她砍掉了占销售额七成的奶茶。一夜之间，果呀呀四家门店立刻换新，专做果茶。

做果茶不容易，水果品控、管理成本、扩张速度都是现实问题，但吴畏选了最不省心的一条赛道——只用当季鲜果，现场手工制作。对品质高要求的吴畏一头扎进广袤的乡村，炎陵黄桃、新宁脐橙、靖州杨梅都被研发成特色果饮上市，广受好评。很快，果呀呀在果茶赛道异军突起，单个店铺当日销量过2000杯，排队购买也不再是新鲜事。

站稳脚跟后，吴畏想得更长远。“我想把我创业路上接收到的友好，传递给大家。”吴畏曾做过粗略统计，果呀呀的顾客群体，大多是女性。

暗号背后的惊喜

“长沙真的是一座特别浪漫的城市，这里的女人懂得生活，懂得爱。”在长沙生活了11年，吴畏早已融入了这座城市。她会和这里的其他女孩一样，妇女节去打卡五一广场的少女心仙女棒，也会和朋友一起走过德思勤铺满橘、粉、蓝三色花朵的斑马线。

“给女性的生活带来一点‘小确幸’。”不只是特殊时期和节假日，吴畏也想赋予果茶这样的仪式感和浪漫。

去年，一位顾客在点单时，手上提着生日蛋糕，店员猜测她今天可能过生日，就送上水果杯作为小惊喜。“结果这位顾客特别感动，还去隔壁买了小点心，分享给这位店员，说是一起过生日。”

后来，借着这个故事的契机，吴畏推出了“生日快乐随机水果杯”——生日时，和果呀呀门店里的小伙伴说声暗号——“祝你生日快乐”，就能收到一份水果杯。“意想不到的惊喜、不言而喻的默契，让她们一天的生活变得



吴畏带团队研究新饮品。

生动、鲜活而有趣。”

吴畏说，这座城市给予了女性足够的包容和自由。近年来，长沙市委、市政府也陆续出台“创建国际消费中心城市”的实施意见和行动方案，明确提出实施“新兴消费业态培育工程”，引导新消费品牌发展。在优厚的大环境给予的养分下，吴畏也捧着自家的果茶，浩浩荡荡地踩在时代的风口上，2023年，果呀呀已经开设50多家直营店，营业额超过1.2亿元。

热量减半但快乐加倍



果呀呀的分装杯广受欢迎。

清晨5点与子夜零点的长沙，吴畏每天都会骑着电动车，穿行各店铺之间，这是一天中，她最安心的时刻。“只有在门店里，你才能真正走近顾客，了解她们最真实的需求。”

果呀呀最多的是“妈妈粉”。巡店时，吴畏常常看到这样一幕：妈妈带着小孩来买果茶，小孩也想尝，但共享一杯太麻烦，妈妈们不愿让小朋友一次

性喝太多影响胃口。

有时，脑子灵活的店员会把一杯果茶分成两小杯，每一杯的量正好适合小朋友喝，既健康又避免浪费。这给了吴畏灵感，分装服务可以满足宝妈们的需求。

于是，今年初，果呀呀推出了分装杯。1杯分装成2个圆嘟嘟的“矮胖”瓶，可爱又美观。不仅很多家长点评“是小胃星人的福音”，还受到了很多年轻女孩的欢迎，和闺蜜分享、聚会热场子，“你一半，我一半，热量减半，快乐加倍”。

“一杯小小果茶，也可以承载加‘杯’的关怀。”用人情味和真材实料的相伴，吴畏和果呀呀完成了与女性顾客情感上的链接。

“同为女性，我希望能让更多女同胞尝到更好喝的水果茶，感受到更多人情味。”近日，湖南省五四青年座谈会在长沙召开。会上，6位青年代表作交流发言，吴畏正是其中之一。她说，自己感受到了这座城市给她带来的归属感和温暖。而她还想把这份温暖传递给更多“湘妹子”。

创业11年，吴畏在长沙的茶饮江湖中浮浮沉沉，这个曾经“一腔孤勇”、只身南下的“奶茶妹妹”，如今捧着一杯果茶，成长为网红新消费品牌领头人。

一杯冷饮里的温暖

果呀呀第一次打上“女性友好”的标签，缘于一杯冷饮里的温暖。

2021年，果呀呀运达店来了一份外送订单，上面的备注写着“来了大姨妈能不能少点冰”。员工大雨看见了，想起店里百宝箱有红糖姜茶，便冲好放在订单里，让骑手小哥一并带去。

这事原本吴畏并不知道，直到顾客收到姜茶后，发的一条“表扬”微博火了。“尽管姜茶是速溶的，但这份特殊时期的关怀，是非常贴心和珍贵的。”

吴畏想把这份温暖传递下去，索性将原本的速溶姜茶，替换成了自制的鲜榨姜茶重新上架，新上架的产品“大雨姜茶”以店员大雨的名字命名，也成为果呀呀唯一一款免费热饮。

很快，大雨姜茶又“火”了一把，成了果呀呀一款全年“在线”的产品。



全年在线的“大雨姜茶”。

吴畏喜欢挖掘这些故事，也乐意将这些“温情时刻”细化落实成全门店推广的举措，她常挂在嘴边的一句话是：“我们希望把温暖做成一种味道，触动更多女性。”