



# 百变茶饮局

| 卷首 |

## 赚钱“密码”藏在 不分家的“吃喝”里

吃吃喝喝,好像无法分家。在新茶饮的竞争闭环里,也是这个道理。近两年,卖茶饮的品牌相继进军食品圈,“雪王”蜜雪冰城卖早餐,茶颜悦色也卖起了酱板鸭。而有意思的是,卖零食的品牌仿佛也嗅到茶饮圈的飘香,金粒门、几多全、绝味鸭脖也卖起鲜制奶茶、饮料来。

走进一家挂着奶茶招牌的门店,你或许能在菜单上找到现磨咖啡、芋头咸饭,甚至一份7.9元的早餐套餐。新零售品牌们的“神仙打架”,看得消费者那叫一个眼花缭乱,“什么都卖”“什么都来卖”正在成为这一行业的显性标签。

其实,热闹的背后,是同样腾着热气的商业法则。

2025年新茶饮行业市场规模达1870亿元,但增速从2023年的19.3%骤降至2025年的6.45%。新茶饮亟需寻找新的市场消费需求突破口。当情绪价值和空间升级成竞争高地,向时间要效益成为不约而同的突破口。

自古“吃喝”不分家,口腹之欲的“争夺战”究竟谁能赢下?让我们拭目以待。 ■朱蓉

现象  
跨界谋增量  
奶茶店干面进击

探因  
高增长不再  
主动破圈解困局

观察  
试水即退场?  
突围之路各不同

02-04



扫码看专题

出品:朱定  
策划:周文博 朱蓉  
统筹:朱蓉 肖德军 曾小舟  
执行:卜岚 仝若楠 龙思言  
封面设计:沈树 谢偲祺