

门店一年净减4.32万家 茶饮品牌跨界容易,深耕难

■中国城市报记者 张亚欣

9月24日上午,中国城市报记者在霸王茶姬小程序上看到,上海部分门店菜单里,白雾红尘茶叶蛋仍在售,单枚5元,搭正价饮品加购2.5元。10点30分前买指定早餐套餐,还可以打八折。古茗小程序上,杭州湖滨银泰in77 B区店的经典生啤也还挂着,折后12元一杯。

此前,霸王茶姬给茶叶蛋定的试点期是两周,9月21日到期。截至发稿前,该产品还留在菜单上,上海只放了7家门店。古茗的啤酒开设在湖滨银泰一家景区商圈店,并没有另起品牌和大幅铺开。

窄门餐眼监测显示,截至2026年上半年末,全国茶饮门店约38.31万家,近一年净减少4.32万家。据中国新闻网9月8日报道,六家上市茶饮企业上半年合计营收约367.8亿元,同比增长约9.0%,合计归母净利润约53.4亿元,同比下滑约2%。

两家推新品的落点,都在门店一天里最闲的几个小时。

全时段经营 增量没那么好拿

据霸王茶姬财报,2026年二季度总GMV(商品交易总额)为76.60亿元,同比下滑5.50%。大中华区GMV同比下滑9.00%,同店GMV增速为-16.10%。公司把2026年定为“调整与企稳之年”,二季度总经营费用同比下降10.40%。

古茗半年报显示,上半年营收74.70亿元,同比增长

31.90%,门店数14351家。单店日均GMV为7800元,上年同期7600元,加盟商退出率由5.33%降至4.31%。

一家靠压缩费用保住利润,另一家则靠单店微增托住增速。蜜雪冰城2025年11月底也在大连、西安、南宁、杭州的部分门店试过早餐,五红奶、五黑奶、玉米奶等四款早餐奶单价5元;配面包的组合卖7.9元,一些消费者觉得偏贵。据公开报道,该系列已在2026年4月撤出菜单。奈雪的茶6月也更新了早餐产品线,8.8元起。

“茶饮门店拓展全时段多品类,本质上是原有店型的资源再利用优先,伴随局部店型升级。”中国商业经济学会副会长宋向清接受中国城市报记者采访时分析,新式茶饮门店本身就有后厨、操作台、人员和客流。以往只在下午茶时段集中发力,早间和晚间的资源大量闲置。要引入现打啤酒一类需要新增硬件、资质和仓储的品类,才涉及店型改造。

在北京一家互联网公司做产品的王萌,奶茶消费集中在下午2点到4点,3点前后最密集。她上午基本不喝,晚上7点以后也很少,八成单量压在一个半小时的窗口里。早上不买,还有一个现实原因。她告诉中国城市报记者,家附近的奶茶店早上9点半才营业,她8点前就出门赶地铁,店不在她的早餐动线上。

宋向清提醒,靠增加品类提高坪效有明确的天花板。空间、操作台、员工处理订单的能力都是硬约束。品类一多,用餐时间拉长,操作复杂度上升,

反倒拖累茶饮主业的效率。管理、损耗、库存成本一旦超过新增营收,坪效就触顶。

跨界的门槛不在于 产品好不好卖

早餐摊和便利店的茶叶蛋的售价一般在2元和2.5元,霸王茶姬定在5元。“茶叶蛋的问题在于价格太透明,谁都知道它值多少钱。”王萌给自己划的线是3元,“3.5元如果真卤得入味,我可以试一次。超过4元我就去楼下便利店买两个了。”

宋向清判断,跨界能否成立,最核心的变量是新增品类与门店现有硬件、供应链、证照、人力负荷以及品牌客群的匹配度,产品本身好不好卖排在后面。

霸王茶姬的茶叶蛋复用茶底、现有煮制设备和员工操作能力,证照无需大幅变更。古茗的现打啤酒要新增设备、冷链库存和酒类经营资质。夜里还要多一套运营和酒水管控,加盟商的固定投入陡增。

茶百道2025年起推“茶咖协同”,咖啡业务覆盖门店从年初约200家增至超2700家。据公开报道,一台咖啡机的采购成本约8万元,有加盟商因为设备投入,至今没有上架咖啡品类。

据公开报道,喜茶2020年在指定门店卖过金凤茶叶蛋,5元一枚,属限时试水。这款产品目前已下架,制作与熟食管理成本是它没有做成常驻产品的原因。茶颜悦色的泡沏茶叶蛋留了下来,除门店堂食外,还做成100克袋装即食产品在电商渠道销售。一位上海网友在小红

书上记录了试吃过程,卤得入味,茶香浓郁,蛋黄的咸度让人意外。不过,她有一点不满意:“蛋白给我的感觉没有很新鲜。”

广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬接受中国城市报记者采访时表示,新中式奶茶的重度消费人群是年轻人,他们对冰激凌、对零食的刚需高。多数新茶饮企业跨界首选冰激凌和零食,与此吻合。至于跨界能走多远,他认为专业运营团队、品质管控与创新迭代能力共同决定成功率。

品牌认知的边界

9月19日,古茗全国首家鲜享店在南京雨花万象天地开业,主打4款手工Gelato,奶茶、咖啡和HPP瓶装饮料全线供应。一个月前,古茗8月14日在江宁景枫中心开出南京首店,开业前三日单日最高营收超过15万元。据公开报道,该店创下了古茗全国单店单日营收新高。

“跨界类拓展确实存在稀释品牌原有客群认知的风险。”宋向清表示,划边界的关键是守住品牌核心用户画像,新增品类要服务同一批人的不同时段需求。茶叶蛋属于轻早餐配套,与霸王茶姬原有客群重合度高。啤酒是夜间社交消费品,与下午茶场景差得远,大规模铺开容易造成品牌形象割裂。

茶颜悦色9月7日晚间发布公告,旗下昼夜诗酒茶艺文小酒馆将在10月底前关停全部门店。公告写得很直白:“想喝酒的人来了,觉得这里不够酒吧;不喝酒的人来了,却要面

对一半的酒类菜单。”茶颜悦色坦言,“情绪下消费的堂食酒水和第三微醺空间并不是刚需,无法形成持续性的健康流水。”

奈雪的茶旗下BlaBla-Bar2019年起在深圳、上海、杭州等城市开出20余家门店,比茶颜悦色更早退潮,现已全部关闭。据中国烹饪协会2024年餐饮业态监测数据,全国传统小酒馆的闭店率超过30%。

蜜雪集团2025年10月以约2.97亿元获得现打鲜啤品牌福鹿家53%的股权,酒水生意放在了主品牌之外。据公开报道,该品牌门店从2025年初的260家增至2026年7月底的超3500家。另有加盟商反映,福鹿家门店日流水只有约1000元,蜜雪冰城主品牌门店的日均水平在4000元左右。

实际上,朱丹蓬早在2018年就提出过五多战略,即多品牌、多品类、多场景、多渠道,对跨界的态度比宋向清更乐观。原有的核心市场到了天花板,只能靠新品类去突破。

“功能上不排斥,情感上有阈值。”王萌坦言,她能理解房租太贵、一天只做几个小时生意不划算,但奶茶店对她的全部价值就是专门喝奶茶的地方。一旦变成什么都卖的杂货铺,她下次想喝奶茶时脑子里跳出来的就不会是它了。

宋向清预计,一店多时段会走向差异化试点、精细化管控和业态分层。头部品牌不会全部转型成全能便利店,核心商圈店更可能守住主业,只配少量轻食,社区门店才有条件往早间和夜间的便民品类上延伸。

中关村“十五五”规划发布 2030年基本建成世界领先科技园区

■中国城市报记者 张亚欣

近日,《“十五五”时期中关村世界领先科技园区建设规划》(下称“规划”)发布。规划立足中关村作为北京(京津冀)国际科技创新中心主阵地的定位,明确“十五五”时期建设世界领先科技园区的总体要求、发展目标和重点任务。这是继2024年三部门联合印发《中关村世界领先科技园区建设方案(2024—2027年)》后的接续深化。“十四五”时期,中关村综合排名蝉联国家高新区首位,2025年园区总收入突破10万亿元。当前,人工智能、量子计算、6G等前沿领域进入突破窗口期,“十五五”成为关键阶段。

规划强调三个“更加突出”:技术策源上,强化基础研究和关键核心技术攻关,产出更多标志性成果;产业集聚上,推动科技创新和产业创新深度融合,打造具有技术主导权的世界级产业集群;改革攻坚上,在推进教育科技人才发展、新领域新赛道制度供给、园区体制机制优化等方面深化改革,为全国科技体制改革作示范。

规划明确,到2030年基本建成世界领先科技园区,持续涌现全球引领性技术和标志性产品,建成具有技术主导权的世界级产业集群,打造新赛道策源地、世界一流企业栖息地、全球投资首选地、高水平人才高地。

围绕目标,规划部署九项

重点任务,涵盖产业技术策源、新领域新赛道、产业集群、创新主体、园区建设、人才引进、科技金融、开放协同、改革攻坚。在产业技术策源上,加强市场导向基础研究,支持企业加大基础研究投入,突破关键核心技术,建设概念验证和中试平台。在新赛道培育上,聚焦“人工智能+”“智改数转网联”和“两业融合”等方向,加强未来产业布局。在产业集群上,做优新一代信息技术和医药健康两个优势引领产业,做大做强人工智能、绿色低碳两个新兴支柱产业,做强集成电路、机器人和智能制造等六个能级跃升产业。在创新主体上,支持领军企业争取建设国家级创新平

台,加强独角兽企业集聚培育。

园区建设方面,推进一区多园统筹协调和高品质园区特色化发展,建设科产城融合的未来园区,打造园区数字大脑,推进零碳园区建设。人才引进方面,优化外国人居留许可并联审批流程,赋予人才更大的人财物支配权和技术路线决定权,绘制全球产业领军人才图谱。科技金融方面,推动金融资产投资公司、保险公司、央企等加大创投与信贷支持,打造债券“中关村科技板”。开放协同方面,发挥中关村论坛等平台作用,推动国际性产业、标准、科技组织集聚,服务企业高质量出海。改革攻坚方面,推进“小切口”改革落地见效,深化教育科技人才一体化

改革,优化国际一流营商环境。

未来,中关村将充分发挥教育、科技、人才优势,加强原始创新和关键核心技术攻关,加速推进科技创新和产业创新深度融合,为建设科技强国、制造强国和实现中国式现代化提供强大支撑。

在业内看来,“十四五”末中关村园区总收入突破10万亿元,体量已不是主要矛盾。“十五五”规划的看点,是技术策源、产业集聚、改革攻坚三项同时发力,并把技术主导权确立为世界级产业集群的核心指标。到2030年基本建成世界领先科技园区,成败在于关键核心技术的突破能否真正转化为具备全球竞争力的产业。