

最近,中国新茶饮产业联盟联合灼识咨询发布《2026新茶饮行业白皮书》,中国新茶饮行业已从高速扩张转入存量深耕阶段,2025年市场规模在消费结构持续优化背景下再创新高,行业竞争焦点正由“拼规模”转向“拼效率”,供应链整合与产业融合成为品牌突围的关键。

## 中腰部品牌争夺三线以下城市

白皮书显示,2025年中国社会消费品零售总额突破50万亿元,同比增长3.7%,其中餐饮收入增速长期高于商品零售,服务消费升级趋势显著。现制茶饮市场规模虽保持绝对领先,但行业增长逻辑已发生变化——2025年至2029年,现制茶饮市场复合增速预计为15.8%,与现磨咖啡基本拉齐,行业进入存量竞争阶段。

门店发展方面,下沉市场仍是核心战场,开闭店分化加剧,行业从“全民开店”转向“优胜劣汰”。

中腰部品牌如益禾堂、冰淳茶饮在三线及以下城市增长显著,凭借轻运营模式、高复购率和供应链效率实现差异化突围。

## 头部品牌出海提速

出海成为头部品牌的重要增量方向。

白皮书指出,东南亚凭借近7亿



人口及中青年人口红利,成为新茶饮出海首站。

头部品牌加速从“国内生产+全球配送”向“区域生产+本地供应”转型。

蜜雪冰城已在越南海防建成海外首家工厂,喜茶在美国设立本地团队,并在英、美、马、澳布局多个仓储中心。供应链的本地化能力与文化融合水平,正成为衡量品牌出海竞争力的核心指标。

白皮书首次系统提出新茶饮行业的“三二一产业逆向融合”特征——以终端门店为支点,向上游农业和中游工业深度渗透。

品牌通过订单农业、技术赋能重塑种植端,推动农产品标准化;同时建设全自动化生产线,将茶叶从“农产品”转化为“消费品制造的标准化原料”。

蜜雪冰城、古茗等企业已在柠檬、茶叶核心产区建立直采基地与自产体系,实现从种植到销售的全链条可控。

## 门店数量不再是唯一估值标准

在产品端,地域性食材、精准功效与多元IP联名成为2025年热门新品的核心驱动力。白

皮书显示,四川栀子花、云南茶底等地方特色食材被深度挖掘;功能性茶饮从“全放养生”转向“细分健康痛点”,如纤体去火、调养气血、肠道健康等精准产品走红。与此同时,IP联名从声量争夺转向品牌资产沉淀,霸王茶姬×哪吒、茉莉奶白×魔道祖师等案例实现情感共鸣与流量转化双赢。

资本端对现制茶饮的关注点正发生根本性转变。白皮书指出,投资人更加关注企业的同店盈利、供应链效率与产品创新能力,门店数量不再是唯一估值标准。2025年以来,现制饮品行业并购潮涌现,君乐宝入股茉酸奶、蜜雪冰城收购鲜啤福鹿家等案例,显示出头部企业正通过并购加速品类扩张与供应链纵深布局。港股因审核周期短、市场理解度高,成为品牌上市的主要选择地。

从“质价比”到“效率战”,从下沉市场到全球布局,从单一产品到产业融合,新茶饮行业正经历一场深刻的进化。

白皮书认为,未来能够穿越周期的品牌,必是那些在供应链、产品创新与用户资产运营上构建起系统性壁垒的企业。 (郑琳)



**贵州贵酒**  
GUIZHOUGUIJIU

**贵州贵酒 封藏酒**

—以时光 酿珍贵—



**中康一品实业有限公司**  
服务热线: 400-800-2692  
销售电话: 010-83362960


