

新茶饮品牌端午发力 部分门店销量增幅超600%

本报讯 王子扬 2026年端午小长假结束，新茶饮在这个假期也迎来消费热潮。依托假日出游与社交聚会场景的强势拉动，新茶饮品牌甜啦啦部分门店业绩增幅突破600%。新茶饮品牌霸王茶姬方面则表示，节日期间的社交与家庭团聚场景，显著拉动了多杯单量及节日非饮品周边的销售。

随着端午假期短途出游与返乡探亲客流叠加，甜啦啦在文旅热点区域及下沉市场均实现显著增长。河北、贵州、邯郸、辽宁、湖南等城市门店客流量持续走高，业绩环比增幅普遍突破200%，其中，山西应县辽代街店环比增长503%，秦皇岛北戴河区七桥浴场店环比增长327%，辽宁朝阳龙城区乌化石国家地质公园店环比增幅超600%。

端午假期，霸王茶姬在广东、四川、安徽、天津、宁夏、山西、河南等多个区域，在线上线下落地了多场致敬非遗的活动，从天津水面的竞渡龙舟，到皖南月下的游动鱼灯，从岭南翻腾的鳌鱼，到塞上飞针的掇绣，让大批消费者在茶香里一同沉浸式体验这些生动而古老的民俗文化。配合端午节点推出的非遗民俗零售周边同样表现亮眼，有效拓宽了非饮品业务的销售空间。

自6月16日上线以来，截至6月21日，新茶饮品牌益禾堂新品累计销售超186万杯，带动整体营业额突破1.5亿元，首周表现刷新品牌历史纪录。在端午小长假期间(6月19日—21日)，益禾堂全国门店销售额近8000万元，总出杯量超686万杯。其中，薄荷奶绿蝉联销

量榜首，经典爆款益禾烤奶紧随其后，两大王牌产品持续领跑。

产品方面，甜啦啦多款明星单品齐头并进，一桶水果茶荣登端午假期销售榜首，清风茉白鲜奶茶紧随其后位列前三，啦啦冰奶系列、西瓜系列均跻身热销前十。其中，西瓜系列于端午前重磅推出，上新7天总销量即接近200万杯，端午期间迎来新一轮爆发。6月18日端午前夕，霸王茶姬全国上新“茶特调·柠檬奶”，巧妙将自带端午粽香氛围的“糯米香”与独特茶香、现打香柠果皮深度融合。两款产品均为“轻因”产品(咖啡因低于75mg/杯)，精准满足消费者假期聚餐解腻、傍晚畅饮轻负担等多元场景需求，新品上市后迅速引发打卡热潮，有效拉动端午期间门店业绩增长。



广告



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

