

# 中国新茶饮出海成全球“排队王”



本报综合报道 2026年春天,中国新茶饮品牌迎来全球化布局加速期。从美国硅谷到加拿大多伦多,从哈萨克斯坦到巴西圣保罗,中式茶饮店门前屡屡排起长队,成为海外消费市场一道标志性风景。

## 中国新茶饮圈粉海外市场

今年以来,头部品牌密集落子海外核心市场:1月30日,奈雪的茶美国西部首店落户硅谷;2月16日,喜茶加拿大首家先锋概念店亮相多伦多;4月11日,蜜雪冰城南美首店在巴西圣保罗开业。4月初,中国连锁经营协会发布的“2026中国餐饮新茶饮出海品牌50榜单”显示,蜜雪冰城海外门店数量超过4000家,霸王茶姬海外门店数量超过200家,喜茶、茶百道、奈雪的茶、茶话弄、茉莉奶白等品牌均已完成海外门店布局。截至2025年底,上榜50个品牌海外在营门店总数已达6801家,其中9个品牌海外在营门店数突破百家,新茶饮已然成为中国餐饮出海最具活力的赛道。

海外市场的热烈反响,直观印证了中国新茶饮的吸引力。奈雪的茶硅谷店开业当天,排队人群从门店入口延伸至广场主街道,顾客最长等待时间超3小时,门店开业前三日业绩突破9.4万美元。北美餐饮SaaS企业MenuSifu联合创始人李宇认为,相较于传统中餐,新茶饮标准化程度高、跨文化壁垒低、年轻群体接受度高,更容易在美国落地并打入主流消费群体。Z世代是新茶饮在

海外的核心客群,门店独特设计、高颜值包装以及适合打卡的消费体验,让中国茶饮快速在海外年轻群体中形成传播热潮,成为跨文化消费的新潮流。

## “好茶底”与中式美学是关键

中国新茶饮在海外成为“排队王”,核心竞争力在于天然好茶底萃出的本真茶味。过去,海外消费者接触的奶茶多为粉末冲泡、口感甜腻,而中国新茶饮以原叶茶、鲜奶、鲜果为核心原料,彻底颠覆海外市场对新茶饮的刻板印象。

霸王茶姬亚太运营团队成员丘慧娜表示,新茶饮想要在海外打动消费者味蕾,离不开纯正茶底的支撑。茉莉奶白选用广西横州双瓣茉莉、四川雅安蒙顶高山茶,采用“七窨工艺”制作,让花香与茶味充分融合;茶话弄在海外推出以桂花乌龙茶为底的“桂花引”、以金骏眉为底的“梅占摇红”等爆款单品,凭借特色茶底收获稳定客流。《2026新茶饮行业白皮书》指出,新茶饮品牌通过订单农业、技术赋能等方式重塑种植端,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,为出海提供稳定的品质保障。

在风味之外,中式美学与文化内涵,成为新茶饮出海的另一重软实力。品牌通过店面设计、产品命名、制茶流程展示等方式,把传统茶文化与现代消费场景结合,让

海外消费者在饮用中感受东方文化魅力。喜茶在英国伦敦大英博物馆附近打造水墨主题门店,用互动屏幕、山石景观与水墨座椅等营造中式品茗空间;在加拿大多伦多门店设置茶感实验室,向消费者展示茶叶萃取与茶饮制作全过程。霸王茶姬以“伯牙绝弦”等历史典故为饮品命名,让海外年轻人在品尝茶饮的同时,理解背后的文化寓意,进而加深对中华茶文化的认同。专家指出,新茶饮通过产品文化营造出带有身份认同感的社交消费场景。随着“成为中国人”等话题在海外走红,饮用中式新茶饮正成为海外年轻消费者与中国文化建立连接的新方式。

## 本土化创新破解出海难题

出海并非国内模式的简单复制,本土化创新与合规运营,是中国新茶饮在海外长效发展的关键。品牌普遍在进入当地市场前开展深度调研,在保留品牌核心特色的前提下,对产品、运营、供应链进行适配调整。

茶百道海外业务相关负责人表示,新茶饮品牌进入各国市场后,通常会调整冰量、甜度甚至泡茶方式,但不宜过度改变,否则会失去品牌特色,需要在本土化与品牌内核之间找到平衡。与此同时,各国食品认证、农残检测、门店规范等要求存在明显差异,欧盟农残检测高达480项,印尼食品药品监督管理局(BPOM)认证流程复杂,美国市场对门店面积有特定要求,且普遍采用“Drive-thru”经营模式,品牌必须建立跨区域合规体系。

在供应链层面,头部品牌加速推进全球化布局。蜜雪冰城在东南亚建立本地化仓储,并计划在巴西建设供应链工厂;喜茶在北美与Sysco等头部供应商合作,实现13个核心品类本地化采购;霸王茶姬在泰国与当地企业合资合作,快速打通供应链与商圈资源,以全链条可控保障海外扩张稳定性。

中国连锁经营协会会长彭建真表示,出海、反内卷与科学管理已成为当前餐饮行业的核心热点。当前,中国新茶饮行业在供应链整合、产品创新、数字化运营等方面已具备全球领先优势,行业正以品质为根基、以文化为纽带,以本土化为抓手,持续拓展全球市场。灼识咨询预计,到2028年现制饮品将占全球饮料市场总规模的一半,目前美国奶茶市场尚无单一品牌占据5%以上份额,“奶茶界的星巴克”仍未出现,中国新茶饮仍具备巨大的增长空间。

## 关注

# 跨境支付互联互通再“上新”

微信支付日前宣布,韩国、斯里兰卡、泰国、马来西亚、新加坡五个国家的支付二维码接入微信支付。也就是说,在这五个国家,用户无需寻找微信支付二维码,而是可以像本地人一样,使用微信支付扫描当地支付平台的二维码进行支付。

微信支付相关负责人介绍,这五国支付平台二维码的接入并非零散商户的单独合作,而是微信支付与相关国家的支付基础设施实现了合规化全面互通。相较于以往出境需切换多款支付软件或提前兑换外币的繁琐流程,如今中国游客只需携带一部手机、打开微信,就能轻松实现相关国家线下多场景消费,无需额外学习新操作。

当前,出境游、入境游的持续火热为跨境支付带来了更多需求与机遇。国家移民管理局发布的数据显示,2026年一季度全国累计查验出入境人员1.85亿人次,同比上升13.5%。

微信支付、支付宝等平台不断拓展跨境支付的广度与深度。目前,微信支付已覆盖全球78个国家和地区,支持36种货币。蚂蚁国际旗下的全球钱包整合网际Alipay+连接了全球40多个电子钱包,2025年已与10多个国家二维码网络达成合作,覆盖全球100多个市场超过1.5亿商户和18亿消费者账户。

在便利出境支付消费的同时,为优化入境支付体验,我国一方面推动“外卡内绑”,境外银行卡可绑定支付宝或

微信在境内商户消费,另一方面支持“外包内用”,越来越多境外电子钱包通过与境内支付机构合作可在国内使用。

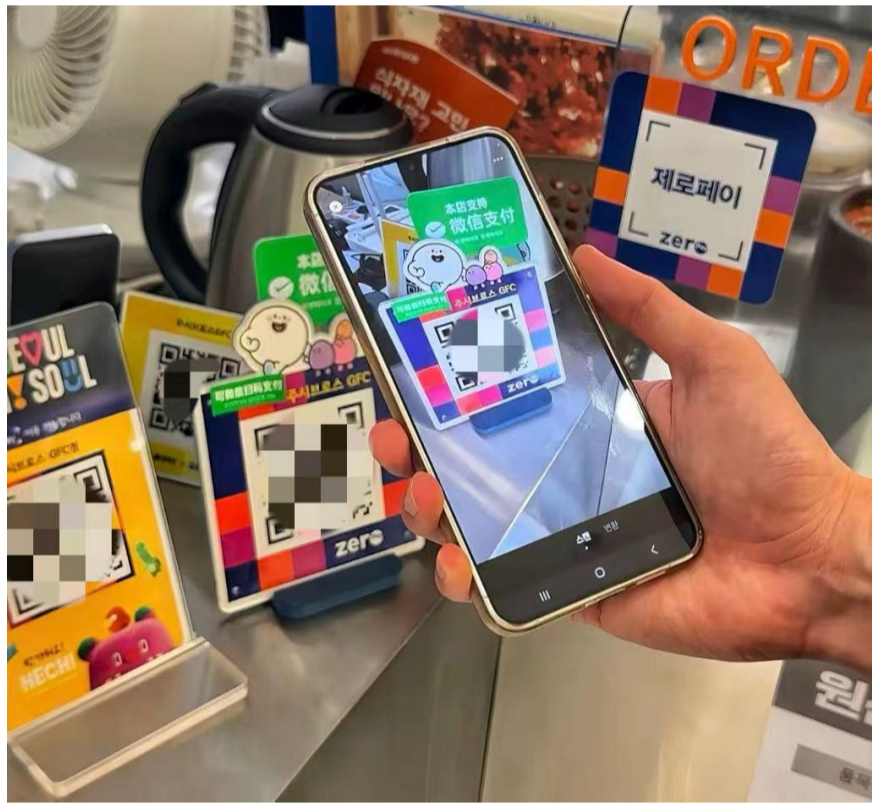
数据显示,微信支付及腾讯旗下跨境支付平台TenPay Global已加入跨境二维码统一网关,正在推动与全球范围内40余个境外钱包机构的互通合作。2025年全年,超1000万入境用户使用支付宝“外卡内绑”和Alipay+“外包内用”两类便利支付服务,相关入境消费同比增长超100%。

近年来,我国支付领域不断取得新进展,多类条码互认互扫,多国二维码网络互联,业务规则协同完善。同时,内地与香港快速支付系统实现互联互通、跨境二维码统一网关上线试运行、中国一印尼跨境二维码互联互通项目启动等一系列开放互联互通成果引人关注,我国支付产业的国际影响力和竞争力不断提升。

中国人民银行今年1月召开的2026年支付结算工作会议明确提出,2026年将加快建设人民币跨境支付体系,推进跨境支付互联互通,推动跨境支付体系多元化、多层次发展。

专家表示,我国支付领域不断走向开放与互联,在便利用户支付消费的同时,也推动产业实现从“大”到“强”的跃升。支付行业正凝聚发展合力,更好连接中国经济与全球经济,为全球区域支付互联互通贡献“中国方案”。

张千千



## 观察

# “看一场球,游一座城”成为旅行新方式

继“村超”“苏超”现象级出圈后,2026年春季,浙江“浙超”、湖北“楚超”、广东“粤超”、福建“闽超”等多项省级足球联赛相继开赛,全国多地掀起草根足球热潮,共同汇成声势浩大的“春超”景观。跨城、跨省观赛成为新风尚,直接拉动赛事举办地文旅消费快速升温,“看一场球,游一座城”成为春日热门旅行方式,“体育+文旅”融合模式持续走热。

## 赛事引爆消费 文旅数据全线走高

一场足球赛事,正成为激活一座城市消费的强大引擎。球迷跨区域观赛带来的人流,直接转化为实实在在的现金流,机票、酒店、景区、租车等文旅板块数据全线上涨。根据同程旅行平台数据,截至4月28日,各联赛举办地赛事前后机票预订热度较平日提升超50%,酒店预订热度涨幅超过80%。场馆周边3公里范围内的酒店民宿更是供不应求,热门房源“一房难求”。

观赛之外,旅游休闲成为球迷的自然选择。国家统计局江苏调查总队针对“苏超”开展的专项调研显示,58.3%的异地观赛者会同步安排当地旅游,51%的观众计划在当地停留一天以上。受此带动,举办地知名景区搜索与预订量持续走高,租车自驾游预订热度也较平日明显上升。

作为“春超”中的热门IP,“苏超”的带动效应尤为突出。自4月11日开赛至4月28日,江苏省搜索热度环比上涨360%,常州、扬州、连云港等城市酒店预订热度环比增长超95%,徐州、南通、宿迁、盐城等地住宿需求同样旺盛。

其他地区联赛同样热度不减。浙超“吴越杯”赛事周期期间,杭州、嘉兴、宁波等城市酒店预订热度较平日增长超90%,西湖、灵隐寺、南湖等景区关注度显著提升;“齐鲁超”赛事期间,济南、烟台等地机票预订热度较平日上涨56%。“粤超”覆盖全省21个地级市,带动广州、揭阳、湛江等城市酒店预订热度较平日上涨超86%,进港机票预订热度增长60%。

## 配套服务升级 赛事流量转化动能

在消费热度持续攀升的同时,各地也在加快完善赛事配套服务,推动短期赛事流量向长期城市发展动能转化。华侨大学旅游学院教授殷杰表示,要让“春超”升级为沉浸式文旅体验,核心是从短期赛事营销向长期城市IP运营转型,将赛事流量转化为城市文旅的发展动能,构建可持续的联动体系。

围绕这一方向,多地推出针对性举措。江苏在“苏超”期间打造百条跨区域主题线路,涵盖“观赛+非遗”“观赛+美食”等多元场景,让球迷深度感受本地文化魅力;湖南“湘超”在14个市州布局近500个官方“第二现场”,把观赛氛围从赛场延伸至城市商圈、文旅夜市;福建“闽超”期间,福州市发放150万元文旅消费券,联动景区、文旅项目与星级酒店,为持票球迷推出专属优惠。

为承接“五一”观赛与出游叠加需求,同程旅行于4月25日上线“苏超”主场城市专属营销专题,推出场馆周边及核心商圈酒店优惠,并计划在“五一”期间于苏州、南京、泰州、镇江等城市持续加码住宿福利,进一步

释放消费潜力。“五一”假期“追球”融合模式再迎风口

“五一”假期出行高峰与“赣超”“宁超”开赛节点精准重合,“假日追球”成为球迷出游新选择,再度点燃假日文旅消费市场。江西“赣超”5月1日在南昌国际体育中心揭幕,数据显示,5月1日南昌进港机票预订热度较平日上涨超85%,场馆周边酒店预订量较平日增长超130%;宁夏“宁超”同日在银川览山公园开赛,银川机票预订热度较平日上涨超87%,西夏陵、黄沙古渡等景区搜索热度较平日增长120%。

“五一”期间,多地赛事密集排布,进一步放大消费效应:5月2日“苏超”开赛,5月2日至3日“粤超”开赛,5月1日、5日“川超”开赛,5月1日至5日“闽超”持续进行。截至4月28日,苏州、南京等地酒店预订热度大幅走高,狮子林、鸣鸡寺等景点搜索量环比增长145%;汕头、茂名、中山等城市高品质酒店预订增速亮眼,游客多选择3天2晚行程;成都、绵阳、乐山等赛事周边城市住宿需求旺盛,本地租车订单较平日上涨超38%。

同程研究院研究员薛冰冰表示,这些足球联赛已不仅仅是竞技体育赛事,更是撬动城市文旅消费、激活周末经济和假日经济的重要引擎,“观赛+微度假”正成为全新的文旅消费模式。同程研究院指出,省城草根足球联赛已跳出体育竞技范畴,成为拉动文旅消费的重要抓手,“一城一队,主客场”的赛制高度适配短途出游需求,持续催生文旅消费新风口。

宗禾

## 资讯

# “五一”假期 人员流动量将创历史同期新高

4月28日,交通运输部举行新闻发布会,介绍“五一”假期出行服务保障有关情况。“五一”假期,全社会跨区域人员流动量将创历史新高,预计将达15.2亿人次。

交通运输部运输服务司副司长高博介绍,根据初步分析研判,“五一”假期,全国交通运输运行将呈现五个特点:一是全社会跨区域人员流动量将创历史新高。预计将达15.2亿人次,日均3.04亿人次,同比增长4%。二是单日人流、客流、车流将创历史新高。预计假日首日,全社会跨区域人员流动量将达3.44亿人次,同比增长3.3%;全国高速公路车流量将达7000万辆次,同比增长3.5%。三是公路出行占主导。预计假日期间公路人员流动量占比约为91.6%。全国高速公路车流量日均约6400万辆次。四是新能源车自驾游出行越来越多。预计假日期间,全国高速公路日均新能源车约1540万辆次,占比24%,同比增长33%。五是铁路、民航保持高位运行。预计假日客流分别达1.07亿人次、1175万人次,公路中长距离出行需求将集中释放。

为做好“五一”假期群众出行服务保障,高博介绍,在服务保障自驾出行方面,交通运输部继续实施7座及以下小客车免收通行费政策,动态研判高速公路繁忙易拥堵路段,提前预置力量,加密救援点位,实施事故的快处、快赔,最大能力保障路网畅通。

“假期期间,全国交通运输系统广大干部职工将坚守岗位,全力以赴做好各项工作,努力保障人民群众平安便捷顺畅出行。”高博说。

孙佃潇

# 退税销售额和退税额增长超9倍

为进一步提升境外旅客购物离境退税便利水平,优化境外旅客消费体验,中国于2025年4月全面推广离境退税“即买即退”服务措施。近日,国家税务总局发布消息称,该措施平稳实施一年来,有效激发入境消费活力,全国办理人数同比增长12.96倍,退税销售额和退税额同比增长9.35倍,业务规模实现快速增长。

离境退税“即买即退”,是指在已实施离境退税政策的地区,境外旅客在“即买即退”商店购买退税物品时,签订协议书并办理信用卡预授权后,即可在该商店现场申领与退税款等额的人民币。国家积极鼓励符合条件的退税商店提供“即买即退”服务,税务部门会同相关部门大力推动。目前,全国提供“即买即退”服务的退税商店已超8000家,较该服务措施一年前全国推广之初,增幅超100%。随着“即买即退”服务覆盖范围的不断扩大,更多境外旅客现场购物时,可即时拿到退税款用于二次消费,有效激发了消费需求。

中央财经大学财政税务学院教授樊勇认为,离境退税“即买即退”服务措施的推广落地,有效激发了入境消费活力,是我国持续优化国际化营商环境的重要成果,客观上也有力促进了本土品牌走向国际舞台。

国家税务总局有关司局负责人表示,下一步,税务部门将继续落实落细离境退税政策,不断拓展服务场景,优化退税流程、提升服务质效,更好满足境外旅客购物离境退税需求,为扩大入境消费、服务高水平对外开放提供有力支撑。

汪文正

<p><b>拍卖公告</b></p> <p>江苏省国大拍卖有限公司</p> <p>房屋招租使用授权公告</p> <p>2026年春季书画拍卖会公告</p> <p>上海帝亚拍卖行有限公司</p> <p>拍卖公告</p> <p>江苏省国大拍卖有限公司</p> <p>房屋招租使用授权公告</p> <p>拍卖公告</p>	<p><b>拍卖公告</b></p> <p>江苏省国大拍卖有限公司</p> <p>房屋招租使用授权公告</p> <p>2026年春季书画拍卖会公告</p> <p>上海帝亚拍卖行有限公司</p> <p>拍卖公告</p> <p>江苏省国大拍卖有限公司</p> <p>房屋招租使用授权公告</p> <p>拍卖公告</p>	<p><b>拍卖公告</b></p> <p>江苏省国大拍卖有限公司</p> <p>房屋招租使用授权公告</p> <p>2026年春季书画拍卖会公告</p> <p>上海帝亚拍卖行有限公司</p> <p>拍卖公告</p> <p>江苏省国大拍卖有限公司</p> <p>房屋招租使用授权公告</p> <p>拍卖公告</p>	<p><b>拍卖公告</b></p> <p>江苏省国大拍卖有限公司</p> <p>房屋招租使用授权公告</p> <p>2026年春季书画拍卖会公告</p> <p>上海帝亚拍卖行有限公司</p> <p>拍卖公告</p> <p>江苏省国大拍卖有限公司</p> <p>房屋招租使用授权公告</p> <p>拍卖公告</p>
---	---	---	---