

新茶饮跨界多元布局

如今,各大品牌纷纷跨界咖啡、轻食、零食赛道。行业增速连年下滑,存量竞争之下,多元转型虽打开增量,却也暴露出品控、运营等多重短板。



本报综合报道 漫步广州、深圳、长沙、北京、上海各大商圈写字楼,新式茶饮店早已不再只卖奶茶和鲜果茶。推门而入,现磨咖啡香气混着烘焙面包、茶饮和冰淇淋的奶香扑面而来,货架上整齐摆放着瓶装饮品、独立包装零食。

曾经只靠午后客流支撑营收的奶茶店,如今早餐咖啡、午间轻食、晚间冰淇淋、休闲零食等一应俱全。

“奶茶店不止卖奶茶”早已从网络热梗变成行业常态,茶饮的边界,正在被重新定义。

跨界拓品盘活门店资产

红餐大数据(餐饮数据查询与分析工具)显示,2025年新茶饮市场规模虽达1870亿元,但行业增速已从2023年的19.3%降至6.4%。市场上门店扎堆、同类饮品价差极小,单纯依靠现制茶饮盈利的门店利润持续缩水。长沙一位茶饮加盟商直言,不拓展新品类、拉长经营时段,门店很难稳住收益,业态升级是突破经营困境的唯一出路。

传统茶饮店长期存在客流“冷热失衡”的痛点:上午门店冷清,人力、设备大量闲置,业绩全靠午后高峰拉动。而叠加咖啡、三明治、可颂等早餐品类后,这一局面得到明显改善。广州一家古茗门店店员介绍,如今早间到店购买咖啡简餐的白领络绎不绝,全天客流分布更均衡,门店坪效显著提升。不少上班族也坦言,顺路在茶饮店一次性搞定早餐与咖啡,一站式消费十分省心。

咖啡是品牌抢占增量的核心赛道,几乎所有主流品牌都已落地现磨咖啡产品,打造第二增长曲线。平价品牌甜啦啦布局节奏极快,今年2月启动50家门店咖啡试点,仅四个月落地门店数量就突破1000家;霸王茶姬、古茗、茶百道等头部品牌更是提前卡位,完成咖啡品类全面升级。在品牌方看来,咖啡能够打破茶饮主业增长瓶颈,搭建全新盈利体系;全时段多品类运营,也能丰富消费场景,优化单店收入结构,保障门店稳定经营。

除咖啡外,冰淇淋、轻食、零食、瓶装饮品、酒水等成为拓宽品类边界的重要抓手。冰淇淋赛道潜力突出,数字化研究平台头豹研究院的报告显示,2019年国内意式冰淇淋市场规模仅54.3亿元,2024年已攀升至

122.22亿元,年复合增长率17.62%,行业预计2029年规模可达251.67亿元,喜茶、奈雪的茶、霸王茶姬等纷纷入局抢占细分市场份额。轻食赛道瞄准年轻人健康饮食需求,奈雪改造门店推出多款能量碗;蜜雪冰城、爷爷不泡茶、柠檬向右等上架平价独立零食,适配等餐、外卖凑单场景;古茗、喜茶推出瓶装饮品,蜜雪冰城斥资近3亿元收购鲜啤品牌,茶颜悦色开出茶饮小酒馆,多场景延伸成为行业统一选择。

中国连锁经营协会副会长兼秘书长王洪涛表示,此轮跨界的核心动因在于现制茶饮行业整体增速放缓。他认为,在竞争白热化的背景下,各品牌正基于自身禀赋探索转型路径。通过从单一产品向多元产品与服务复合模式升级,品牌不仅能有效提升门店营业时段利用率,还能丰富消费者选择,从而拓宽客群边界,实现增量突破。

行业短板亟待破解

多元赛道确实为行业打开新增长空间,但现阶段多数品牌转型仅停留在简单叠加产品的浅层阶段,品控不稳、同质化内卷、快消运营能力缺失、门店管理粗放四大问题集中暴露,不少门店出现“客流涨、利润不涨”的尴尬局面。

门店出品品控参差不齐是最突出的痛点,大量中小门店跟风新增咖啡、烘焙、冰淇淋等,设备、人员培训却没能同步跟上,咖啡萃取口感不稳定,烘焙风味差异大、冰品损耗居高不下等问题频发。一位拥有七年从业经验的运营负责人解释,奶茶制作标准化程度高,但咖啡、烘焙对工艺、温度要求严苛,店员缺少系统培训,新品类出品质量很难稳定。

与此同时,全行业同质化竞争愈演愈烈。咖啡、烘焙早餐、冰淇淋、零售零食几乎成每家门店标配,原料配方、营销卖点高度趋同。原本用来突围的新赛道,再度复刻传统茶饮低价内卷、门店扎堆的乱象,品牌很难建立差异化壁垒,新品类没能带来实质性业绩突破。

更深层次的短板,是品牌快消运营能力不足。多数新茶饮品牌新增的零食、瓶装快消产品依赖贴牌代工,仅靠门店附带销售,缺乏自主研发体系与全链路品控能力,食品安全隐患也随之增加。

九德定位咨询公司创始人徐雄俊表示:

“现制茶饮比拼消费体验与即时满足,快消品则比拼品控稳定、渠道覆盖与长期复购,二者是两套完全不同的商业逻辑。新茶饮品牌若盲目布局新赛道,缺乏核心运营能力,很容易陷入‘有名无量、有量无利’的困境。”

行业洗牌加速

多位行业专家达成共识:业态升级不等于简单堆砌产品,快速消化转型也不能一味依赖贴牌代工。品牌想要依托跨界赛道打造可持续增长曲线,需从标准化出品、差异化竞争、供应链升级、数字化运营四个方向精细化深耕,筑牢长期竞争力。

标准化体系落地,是新茶饮头部品牌的破局关键。古茗、蜜雪冰城等连锁品牌专门搭建咖啡、烘焙培训体系,统一全国门店备货、制作、损耗管控标准,从源头稳定出品品质。

想要跳出同质化和低价内卷,错位差异化竞争是核心路径。喜茶、奈雪、霸王茶姬等品牌依托研发优势,打造特色茶咖、创意烘焙、定制风味冰淇淋等;区域茶饮品牌立足本地饮食特色,打造独有爆款,精准抢占区域增量市场。百联咨询创始人庄帅表示,新茶饮企业需根据自身品牌定位搭建多元化赛道矩阵,高端品牌聚焦品质升级,下沉品牌主打性价比刚需,通过精准错位竞争规避行业内卷风险。

供应链与全渠道布局,决定了新茶饮品牌快消业务的长期发展空间。广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬表示,头部企业应自建生产基地、升级产线、减少对贴牌代工等依赖,同步布局商超、线上电商渠道,打破门店单一销售场景,充分挖掘增量市场。

数字化管控是精细化降损的核心抓手,头部品牌正纷纷搭建全链路系统,对备货、销售及损耗数据实施实时监控。例如,古茗将咖啡豆从出厂到门店使用的全周期严格控制,在30天内,以保障口感新鲜;蜜雪冰城在海南工厂搭建生豆恒温仓库,通过精细化温控保障原料品质,确保出品质量稳定。

“跨界赛道正从蓝海变成红海,未来能‘跑出来’的品牌需要具备三个核心要素:品牌效应、规模效应和粉丝效应。有品牌才有溢价空间,有规模才有成本优势,有粉丝才有持续复购。”朱丹蓬说。

谁在为千元狗裙买单?

2026年的盛夏,世界杯的应援热潮,让本是淡季的宠物服装行业,迎来了意外的“春天”。世界各地的猫猫狗狗们,穿上了各种国家队的球衣。

大量订单通过电商平台涌入中国工厂。1688平台数据显示,世界杯期间,宠物球衣的订单量已占到世界杯球衣总订单数约20%——每卖出5件球衣,就有1件是给宠物穿的。在世界杯宠物相关品类中,宠物服装的订单量占比达89%。

世界杯开打刚一周,国内头部宠物服装工厂安徽威旺宠物用品有限公司(以下简称“威旺”)的热销款就卖出去了15万件。在创始人袁长龙看来,宠物正从“功能性伴侣”向“家庭成员”转变,宠物服装消费也从保暖刚需,向情感消费升级。

天元宠物用品股份有限公司(下称“天元宠物”)品牌总监陈李元勋说,世界杯期间,购买宠物球衣的人里出现了大量此前从未买过宠物衣服的体育爱好者,用户群体在突破边界。

反季爆单

夏天本是宠物服装行业的淡季,因为猫狗在夏天无需穿衣保暖,但世界杯改变了这个传统认知。

袁长龙估算,从4月上架至今,威旺的世界杯系列球衣已累计售出30万件,销售额约为100万元。对于这家年营收过亿元的企业而言,这笔订单的绝对金额并不惊人,但其战略意义在于时间窗口——往年此时车间冷清,如今却因这批“反季”订单多开工了好几个月,填补了产能空档。

吃到红利的不止工厂。陈李元勋称,在天猫上,因世界杯服饰热销,带动天元宠物旗下品牌Petstar天猫旗舰店的服饰品类,在“618”期间成交同比增长近280%,成为全店增速最高的品类。在抖音渠道,世界杯系列服饰4至6月的销量同比增幅超过100%,环比增幅超过50%。产品从4月上架后,基本每个月都以翻倍的速度在出货。

世界杯带来的增量不仅体现在线上。天元宠物在10个城市同步举办了“宠物世界杯”挑战赛,仅成都一站便吸引了200多组养宠家庭到场,现场更有大量非养宠路人围观。“我们发现原来大家有这种需求,只是之前可能没有人做这些事。”陈李元勋说。

“毛孩子”衣橱赛道火热

宠物服装这个新兴行业正在快速增长。市场研究机构Fortune Business Insights的数据显示,2025年全球宠物服装



市场规模为60.5亿美元,并以约6.31%的年复合增长率持续扩大。(2025年中国宠物行业白皮书)显示,2024年中国城镇宠物消费市场规模已达3002亿元,预计2027年将突破4000亿元。中商产业研究院的报告称,“90后”“00后”年轻宠物主在宠物服饰消费上最为大方,倾向于购买单价在300至800元的中高端产品。

越来越多的服装巨头也开始进入这个赛道。2025年,阿迪达斯在全球首发“AdidasOriginals”宠物系列产品,宠物短袖的售价为199元起,宠物包售价为899元,上线后迅速售罄。其中,一款宠物经典外套针织拉链衣已有超2000人付款。同年6月,耐克旗下Jordan中国推出“髦孩子”夏日限定系列,正式进军宠物赛道。除此之外,锐步、GAP、无印良品等品牌也陆续推出了宠物服饰产品。今年4月,阿迪达斯又推出了2026年FIFA世界杯主场球衣宠物系列,打造了阿根廷、墨西哥、哥伦比亚等多支国家队主场系列,让爱宠也能穿上主人同款足球战袍。

2025年,天元宠物也拿下了葡萄牙和法国两支球队的官方宠物类目授权,授权周期为一年。陈李元勋称,这个决策源于公司“人宠生活方式”的战略布局。两年前,他们就关注居家、出行、运动、户外等场景,去年发现人宠户外运动的需求有明显提升,刚好接触到球队资源,就敲定了合作。

陈李元勋说,世界杯让天元宠物看到了宠物服装品类的更多可能性,宠物服饰在大型体育赛事IP的加持下,可以触达此前从未触及的消费群体,如体育迷、运动爱好者等。“我们之前也做服饰,但一直没有找到合适的方式去放大它。世界杯让我们发现,体育是值得深耕的方向。”陈李元勋称,未来会继续加大宠物服饰品类的投入,把适配场景做得更宽。

郑清心

资讯

去年我国检验检测行业营收突破5000亿元

“‘十四五’期间,我国检验检测行业年营收连续迈过4000亿元、5000亿元两个大台阶。”在市场监管总局7月21日举行的新闻发布会上,市场监管总局认可与检验检测监督管理司司长况旭透露,2025年,我国检验检测行业实现营业收入5303.08亿元。

况旭表示,“十四五”期间,我国检验检测行业营收比“十三五”末期增长47.89%,比同期国内生产总值增长快12个百分点,营收增速是同期机构数量增速的4.56倍,扭转了以往多年营收增长主要由数量扩张带动的粗放增长方式。

从行业结构看,“十四五”期间,电子电器、软件及信息化、电力(包含核电)等新兴领域机构数量、营收年均增速均达13%以上,营收占比提升4.5个百分点;一般工业品和消费品质量检验等传统领域机构数量呈负增长,营收占比下降4.55个百分点。行业增长动力加速从传统领域向新兴领域、高附加值领域转移。

况旭介绍,“十四五”时期,获高新技术企业认定的检验检测机构年均增速达15.8%,超出行业总体年均增速6.45倍。2025年,获高新技术企业认定的机构占机构总量的11.63%,为全国各行业平均占比的14倍;获“专精特新”认定的机构占机构总量的3.3%,为全国各行业平均占比的11倍。检验检测高技术服务业特征更鲜明,行业发展的内生动力增强。

付丽丽

2026年度育儿补贴已发放超过2500万人

7月21日,国家卫生健康委发布消息,截至目前,2026年度育儿补贴已提交申请2751万条,审核通过2713万条,已发放2516万人。近日,国家卫生健康委、财政部联合印发通知,将2022年至2024年出生婴幼儿首次育儿补贴申请的截止时间,延长至2026年12月31日。符合条件的婴幼儿,可在规定时间内通过支付宝、微信或省级政务服务平台,登录育儿补贴信息管理系统,进入“2022—2024年延长申请通道”提交申请。该系统持续优化升级,2026年新增“一键续领”功能,方便群众快捷完成续领申请。

奥优国际董事长张玥表示,延长申领窗口期,有效覆盖因信息差、材料准备等原因未及时申请的家庭,确保政策红利应享尽享。“一键续领”功能上线,以数字化手段精简办事流程,降低群众续领成本。

张玥认为,育儿补贴直达家庭,相当于直接提升育儿可支配收入,将利好母婴消费、婴幼儿照护、早教托育等相关赛道。补贴续领机制稳定后,家庭育儿支出预期更明确,有助于释放持续性消费需求,带动母婴用品、儿童医疗健康、普惠托育等行业扩容。同时,补贴申领全流程线上化也倒逼政务服务与互联网平台深化对接,为后续更多生育支持类民生服务的数字化落地提供示范。

国家卫生健康委副主任郭燕红表示,育儿补贴是一项普惠性、基础性、兜底性的民生政策,惠及面广、发放稳定,是“投资于人”的重要措施。她认为,实施育儿补贴制度,可以进一步强化基础民生保障,促进家庭发展,把人口高质量发展同人民高品质生活紧密结合起来,以“小切口”撬动“大民生”。

梁倩

各地重大项目建设助力三季度经济稳增长

今年以来,各地持续发力扩大有效投资,各项建设工作稳步落地。国家统计局近日发布的最新数据显示,年内“两重”(国家重大战略实施和重点领域安全能力建设)项目开工建设扎实推进,以“六张网”为代表的现代化基础设施体系建设系统推进,相关领域投资较快增长。

进入三季度,各地持续加快重大项目开工建设,项目推进捷报频传。行业专家普遍表示,各地重大项目开工建设加速,一方面将起到稳投资、惠民生的作用;另一方面,还将不断助力投资潜力转化为长期竞争力,为地方经济持续稳健增长筑牢硬件底座与产业根基。

重大项目分层分类有序落地

7月20日,河南省2026年三季度全省重大项目建设暨经济运行工作推进会在信阳市潢川县召开,推进会强调“进一步营造大抓项目、抓大项目的浓厚氛围,以项目建设新质效增程经济发展强引擎”。公开信息显示,今年第三季度,河南全省计划开工亿元以上项目220个,竣工项目221个。

“三季度地方加力重大项目开工建设,是立足全年经济稳增长目标作出的阶段性精准部署,兼具补短板、优结构、稳预期三重现实考量,体现出全国多地以实物工作量夯实经济增长基础的务实思路。”中国商业经济学会副会长宋向清表示,从时间节点来看,三季度是全年项目落地施工的黄金窗口期,上半年审批储备的大批优质项目中进入建设阶段,能够充分利用施工周期形成有效投资。

此外,不少地方反馈的上半年重大项

目建设情况也颇具亮点。比如,今年上半年,四川省830个省重点项目投资5597.8亿元,年度投资完成率73.4%,攀西特高压交流工程、南三高速公路、中国聚变能源产业创新基地等239个项目按计划开工建设。其中,基础设施项目完成投资2396亿元、年度投资完成率66.5%;产业项目完成投资2917.4亿元,年度投资完成率80.2%;民生工程及社会事业项目完成投资193.7亿元,年度投资完成率73%;生态建设及环境保护项目完成投资90.7亿元,年度投资完成率76.3%。

内蒙古自治区重大项目建设稳中有进。截至6月中旬,全区2026年计划实施政府投资5000万元以上、企业投资亿元以上项目共3668个,总投资达3.4万亿元,年度计划完成投资10697亿元,较2025年分别增加325个、2亿元和879亿元,为全年固定资产投资增长8%的目标奠定了坚实支撑。全区已开复工项目3412个,开复工率达93%。其中,续建项目复工1725个,复工率99.8%,基本实现“应复尽复”;新建项目开工1687个,开工率为87%,达到“能开尽开”预期目标。已完成年度建设投资4215亿元,投资完成率为39%。续建项目完成投资2367亿元,完成率47%;新建项目完成投资1848亿元,完成率33%,重大项目建设强度正在逐步提高。

今年上半年,杭州以浙江省“千项万亿”工程为总牵引,掀起项目建设提速提效热潮。杭州紧扣年度新开工节点,58个省“千项万亿”新建项目全部完成前期审批并实现开工,总投资928.78亿元,为全市经济社会高质量发展注入强劲动能。

宋向清表示,从地域特征来看,各地结

合自身产业禀赋、区位定位分层分类推进项目落地,摒弃过去重数量轻质量的旧模式。多数重大项目集中在新基建、新能源、高端制造、交通便利、民生保障等领域,既补齐城市硬件短板,又涉及新质生产力培育。同时,集中开工推进会公开调度、压实责任,破解项目审批慢、落地迟、要素保障不足等常见堵点,以加压奋进的氛围打通项目从立项到投产的全链条,这是宏观逆周期调节和地方主动作为相结合的典型落地举措。

推动各地产业结构转型升级

7月初,国家发展改革委公布的消息显示,2026年第三批“两重”建设项目近日已下达,共安排超长期特别国债资金1935亿元。至此,今年“两重”建设项目清单已全部下达完毕。

今年以来,国家发展改革委联合有关行业主管部门,共安排8000亿元支持了1417个重大项目建设,涉及科技创新、长江流域生态保护修复、长江沿线重大交通基础设施、城市地下管网、重大水利工程、西部陆海新通道、高等教育提质升级、“三北”工程等重点领域。

粤开证券首席经济学家、研究院院长罗志恒表示,从项目端看,综合立体交通网、现代物流网、能源保障网、水网等多个重点工程项目在完成前期准备工作后,将在下半年逐步转入建设实施阶段。随着相关财政资金加快投放,基建投资增速将明显提升。此外,为保障实现全年经济社会发展目标,地方政府工作重心预计将向稳增长和扩大有效投资倾斜,重大项目建设进度有望加快。

韩昱