

胡玲玲 路董萌
实习生 马华君 王娅琪
济南报道

1 130米内9家茶饮店“扎堆”

济南窑头路又被称为“奶茶一条街”，一条长约130米的路上，就有9家茶饮店同时营业。

2月25日下午，记者走进冰雪时光（窑头路店），带有“I Love济南”等元素的装饰映入眼帘。王店长表示，该店于2024年4月开业，客流高峰集中在中午12时到下午2时和晚上6时到8时，主要客户群体是学生、上班族和附近居民，且回头客较多。平日里订单量在500—600单浮动，周末或节假日单量则会上千。

“我们有独立的工厂和供应链体系，和同类竞品相比，有价格优势。”王店长称，作为山东本土茶饮品牌，冰雪时光的优势是性价比。至于店铺选址，总部有专门的市场专员负责调研。王店长认为，虽然窑头路茶饮店数量较多，竞争激烈，但正因为如此，挑战与机遇并存。

下午6时，这家店铺里顾客陆续多了起来，不少人正在等待饮品。

在附近某高校就读的学生小李告诉记者，自己是因为逛街时看到街上饮品店很多，便进店买一杯果茶。小李说，学校周围几乎会聚集市面上大部分茶饮品牌，每个品牌不同季节都会推出新品，选择余地很大，因此她不会有“选择困难症”，“喝什么就看当时心情。”

2 相似的店铺为什么爱“扎堆”

对居住在窑头路多年的王女士而言，这条“奶茶街”并不新奇，“这条街更出名的是小吃，很多人就餐后会买一杯奶茶，两种类型的店铺相伴相生。”在她印象里，这些茶饮店除了品牌不同，总数基本保持不变，经常举办各类活动：不时有拱门装扮，或是试喝活动。即使某一家茶饮店关停，另一品牌很快会取而代之。另外，前几年线下排队的顾客很多，现在多是线上订单，王女士经常看到外卖骑手集中在窑头路取单。

为何茶饮店总爱“扎堆”出现？济南大学商学院教授朱瑾在接受齐鲁晚报·齐鲁壹点采访时表示，从聚集效应来谈，这些奶茶店都开设在

扎堆「奶茶一条街」，相爱还是相杀

130米开了9家店，能想到的品牌都来了



济南窑头路，在约130米的距离内有9家茶饮店同时营业。(资料片)

在济南，有一条“糖分超标”的“宝藏小路”——窑头路。在约130米的距离内，有9家茶饮店同时营业。其中有些茶饮店“门挨门”，颇具几分“相爱相杀”的意味。为何茶饮店总爱“扎堆”？背后又有怎样的茶饮“战事”？近日，记者对此进行探访。

商圈，或者年轻人比较集中的区域，正好可以满足顾客多元化的需求。奶茶店扎堆反而促使消费者更容易做出购买决策，他们可能会在两三个品牌中挑选，再根据当下心情或者优惠折扣作出判断。

“如果没有足够的品牌影响力，在窑头路经营奶茶店会比较困难。”一位负责该片区的房屋中介向记者透露，在窑头路地段经营奶茶店，商铺租金每年在20万—30万元，和其他类型店铺无异，具体价位取决于商铺位置，比如靠近银座的黄金地段，价格会更高。

有业内人士直言，茶饮行业内部早已不是“红海”，而是“紫海”。据GeoQData数据，2024年上半年

101家连锁新茶饮品牌的闭店量提升了近3000家，全年闭店数超20000家。中国连锁经营协会数据显示，新茶饮市场规模增速预计将进一步从2023年的44.3%放缓至2025年的12.4%。

“经过近几年茶饮企业的跑马圈地，以及疯狂扩张之后，很多品牌只有量没有质，使得门店属于亏损状态。在这样的节点之下，门店倒闭是必然的。”中国食品产业分析师朱丹蓬此前接受采访时解释，门店数量的回落趋势说明整个行业在步入淘汰期、洗牌期。

朱瑾指出，当前茶饮行业面临的挑战并非单一品牌的问题，而是整个消费群体对奶茶类产品的认知发生了变化。“一

方面，奶茶属于非必需品的消费；另一方面，健康理念的普及使得消费者对奶茶的需求有所下降。”

3 “奶茶街”背后的茶饮“战事”

2025年的茶饮江湖，率先掀起波澜的是喜茶，这家曾经在2022年先行进军下沉市场的茶饮品牌，在当年11月开放加盟，又在3年后，主动按下加盟申请的暂停键。

2月伊始，喜茶发布名为《不参与数字游戏与规模内卷，回归用户与品牌》的全员内部邮件，提及2025年公司最新的战略选择：拒绝无意义的门店规模内卷，暂时停止接受事业合伙申请。

喜茶方面表示，在产品品牌高度同质化、门店数量供大于求、经营效益下滑的背景下，行业普遍内卷式低价的现状，让任何品牌都不可能只凭价格战赢得消费者。

随着茶饮行业进入存量博弈阶段，如何才能打赢这场没有硝烟的战争？在朱瑾看来，茶饮业的核心竞争力在于产品质量和服务体验。品牌方需要意识到，单纯依靠价格战或营销手段已经无法长期吸引消费者，唯有在品质、健康和文化内涵上不断创新，才能站稳脚跟。

另一条路径则是指向“下沉市场”。在行业竞争加剧以及一、二线城市门店渐趋饱和之际，古茗、冰雪时光等品牌加速向三四线城市渗透。灼识咨询报告显示，三线及以下城市现制茶饮店的终端零售额，预计将以每年26.4%的复合增长率快速增长，2028年将增长至2379亿元，占中国现制茶饮店市场规模的51.5%。

为了寻求新的增长点，茶饮业亦将目光瞄向“出海”。茶百道、奈雪的茶等品牌已在全球超20个国家和地区开设近千家门店。就在不久前暂停加盟申请的喜茶，也没有放缓海外门店扩张的速度。当地时间2月22日，喜茶在纽约时代广场落地海外首家LAB店。

不过，朱瑾还表示，出海并非一片坦途。“当地消费者对饮品的口味和品牌已有一定偏好，品牌在进入市场时需要审慎布局，避免盲目复制国内现有模式。”

首次大规模上市，商超卖火了板蓝根青菜成市民餐桌上的“新宠”

江聆瀛 济南报道

天气渐暖，各种时令春菜陆续上市。近日，一款名为“板蓝根青菜”的新型蔬菜火了。

2月24日下午，记者来到济南盒马鲜生印象城店，发现板蓝根青菜被摆放在春菜品类的显眼位置，经过初步清理，用透明塑料袋包装，每份300克，售价为12.9元，折合21.5元/斤，标注产地为云南。

对比大多数普通青菜，板蓝根青菜价格算是青菜中的“贵族”，但依然不时有顾客挑选购买。“感觉挺新奇的，打算买点尝尝鲜。”市民赵女士说。

盒马鲜生印象城店店长刘敬才介绍，板蓝根青菜已上市近一个月，最近几天销量明显增长，单日销量增加了三四倍，“正值春菜大量上市，市民选购热情较高；另一方面，这个菜的网上知名度很高，也带动了一定销量”。

当天，记者走访了济南多家社区菜市场，发现并没有商户售卖板蓝根青菜。记者随后在一家电商平台上发现，有多个商家出售板蓝根青菜，售价在15—38.8元/斤，销量最高的已经售出100多单。

据了解，板蓝根青菜是华中农业大学国家油菜工程技术中心

将板蓝根和油菜通过杂交等生物技术手段培育出来的新品种，富含16种人体必需的氨基酸和8种微量元素，具有广谱抗病毒功能，能增强食用者的抗病毒能力。

据济南一家医院中医科医生介绍，中国自古以来就有“药食同源”的饮食文化，从中医角度来看，如果是运用科学手段天然嫁接而成，板蓝根青菜会具有清热解毒、清喉利咽的功效，结合自身体质适度食用，可以起到一定的养生保健作用，“但是生病需要及时就医、对症服药，食用药食同源的蔬菜只是一种日常保健养生方式，青菜不能当成药来服用”。

济南市天桥区堤口路街道开展党员干部一对一廉政谈话

为进一步打好党员干部廉洁自律的“底子”，扣好拒腐防变的“扣子”，不断增强廉洁从政意识和拒腐防变能力，济南市天桥区堤口路街道党工委开展与党员干部、重要岗位负责人一对一廉政谈话工作。

开展廉政谈话是党内监督的一项基本制度，是关心爱护党员干部的具体行动。堤口路街道主要负责同志表示“新春伊始开展廉政谈话，就是要在全年工作初期，给全办党员干部，思想加‘护栏’，作风敲‘警钟’，打好拒腐防变‘预防针’。”

谈话内容主要围绕：一是领导干部要严格履行“一岗双责”要求，做到业务工作和党风廉政建设同谋划、同落实。二是党员干部要严格遵守党的六大纪律和国家法律法规，持续狠刹享乐主义、奢靡之风。坚决杜绝违规使用公车、违规吃喝，违规收送礼品礼金及违规操办红白事借机敛财等行为。三是纪检监察工委要用好用活“第一种形态”，让“红脸出汗”成为常态，持之以恒正风肃纪，精准聚焦问题，强化监督力度，提升执纪效能。