

蜜雪冰城

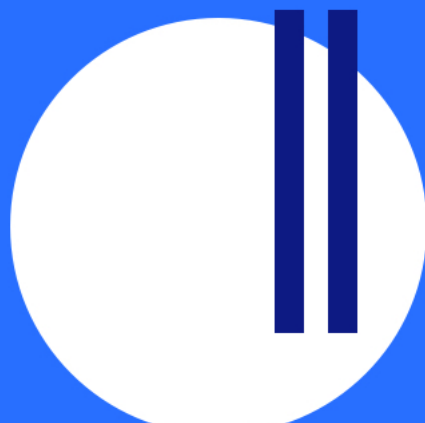
2025品牌年终报告

窄门餐眼出品

统计数据时间范围: 2025年1月-2025年12月

数据来源: 窄门餐眼

2026.03.12



一、报告引言

本报告文案由AI生成，数据来源于网络，仅供参考，请以品牌官方实际数据为准。

品牌简介

蜜雪冰城 (Mixue) 是一家以现制饮品为主的连锁品牌，产品覆盖奶茶、果茶、柠檬水以及冰淇淋等，定位偏大众价位，强调“性价比”和高频复购。其招牌产品中，冰淇淋与柠檬水等基础款在消费者认知度较高，适合日常随手买的消费场景。公开报道普遍提到，品牌由张红超创立，起步于1990年代末在河南郑州的街边冷饮小店形态，之后通过标准化操作、统一物料与供应链体系，以及以加盟为主的门店模式实现快速扩张。品牌视觉上以“雪王”形象与“Mixue Ice Cream & Tea”等标识形成较强辨识度。

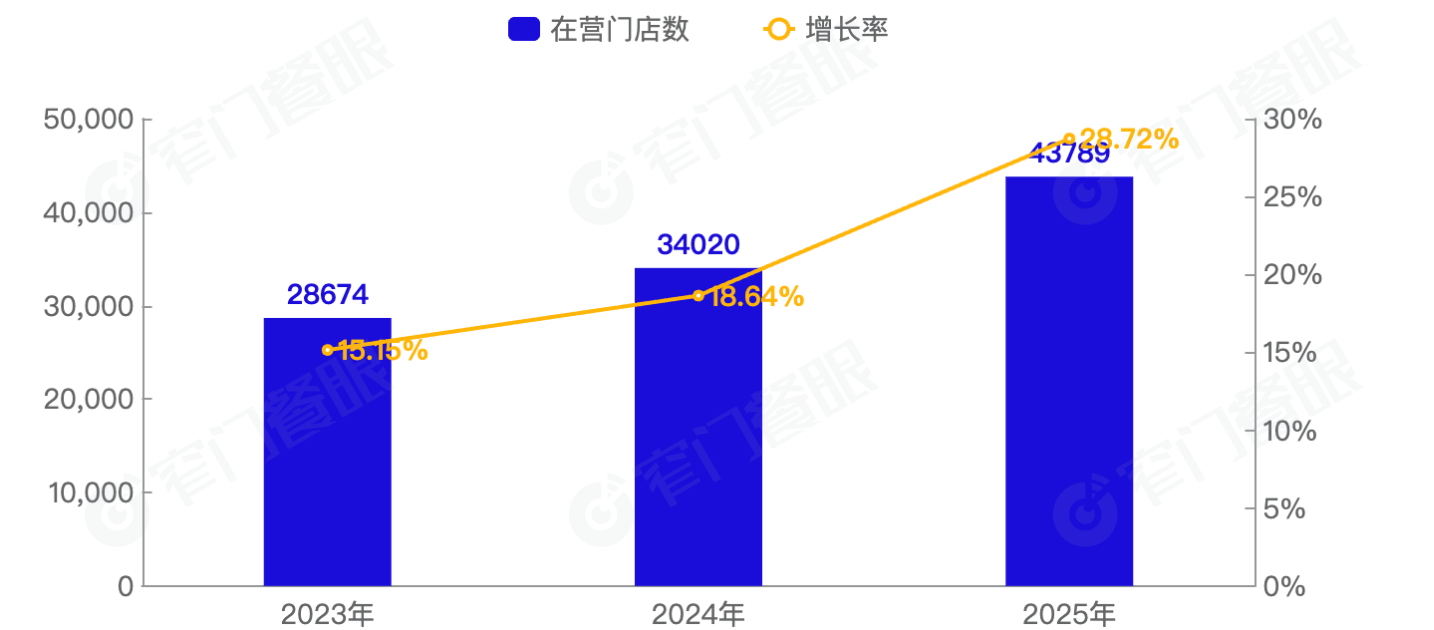
数据概况

2025年蜜雪冰城门店规模扩张明显：年末门店达到43,789家，较2024年末的34,020家净增9,769家，全年扩张强度高于前两年；作为对照，2024年门店从28,674家增至34,020家，净增5,346家。与此同时，关店压力也需要正视：以2024年末34,020家为基数，2025年统计口径下闭店2,782家，意味着在快速开店之外仍存在一定淘汰与调整。具体来看，品牌已覆盖33个省、367个城市，门店渗透范围广、下沉市场贡献突出，三线及以下城市门店23,615家，占比达53.9%；新一线8,291家，占比18.9%；二线9,503家，占比21.7%；一线2,380家，占比5.4%。存活质量方面，2025年末存活率为91.8%，整体保持在较高水平，但在高净增背景下仍需关注单店运营稳定性。综合来看，蜜雪冰城门店规模行业排名第1、净增长第1，增长动能强，但闭店规模与扩张质量的平衡是下一阶段的关键。



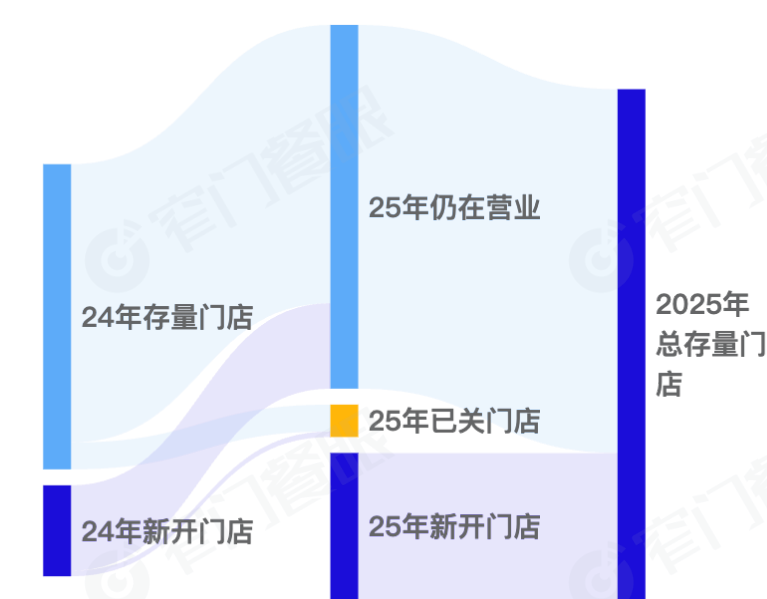
二、2025 增长情况

近 3 年发展



数据截至2025年12月; 数据来源: 窄门餐眼

门店存活情况



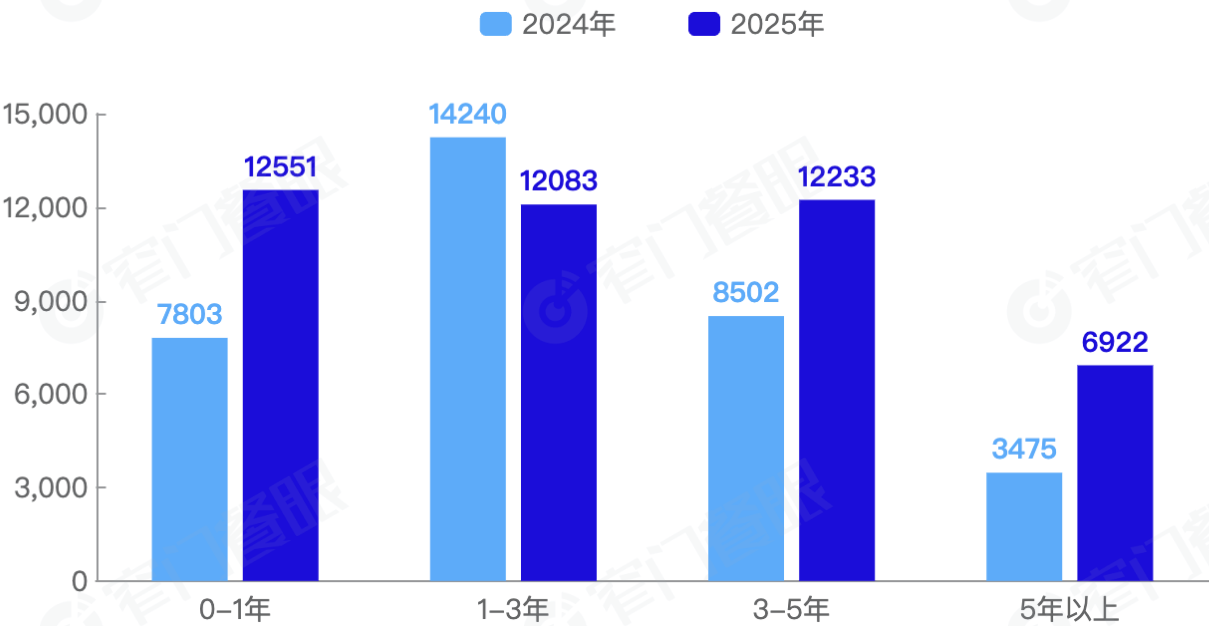
2024年末蜜雪冰城有34020家店, 2025年末增至43789家。期间闭店2782家, 说明大约有31238家店继续存活, 存活率为91.82%, 整体偏高。可能原因是品牌知名度强、产品价格亲民、加盟体系成熟带来客流, 但部分关店或与选址不佳、商圈竞争加剧、经营能力不足有关。

数据截至2025年12月; 数据来源: 窄门餐眼



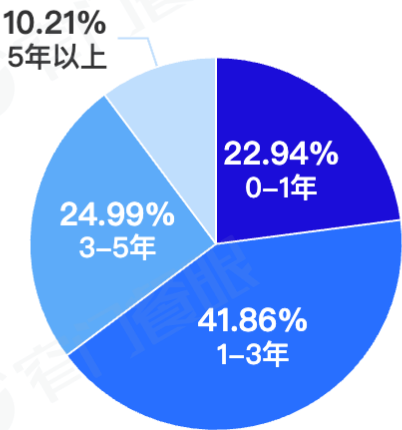
平均经营年限

对比2024与2025，蜜雪冰城新店占比（0-1年）由22.94%升至28.66%，扩张明显加速。老店占比（5年以上）从10.21%升至15.81%，同时3-5年门店也由24.99%升至27.94%，说明存量门店在“变老”，并非老店减少。整体看，新店与成熟店占比同步提升，梯队更均衡、结构较健康，但需关注1-3年占比下滑（41.86%→27.59%）带来的中段承接压力。

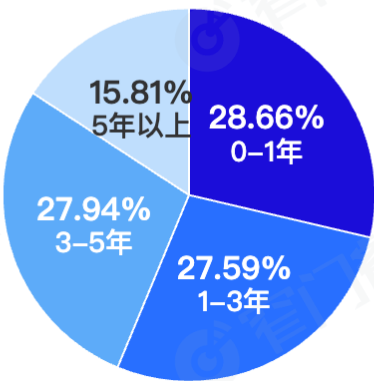


数据截至2025年12月；数据来源：窄门餐眼

2024年各门店类型占比



2025年各门店类型占比

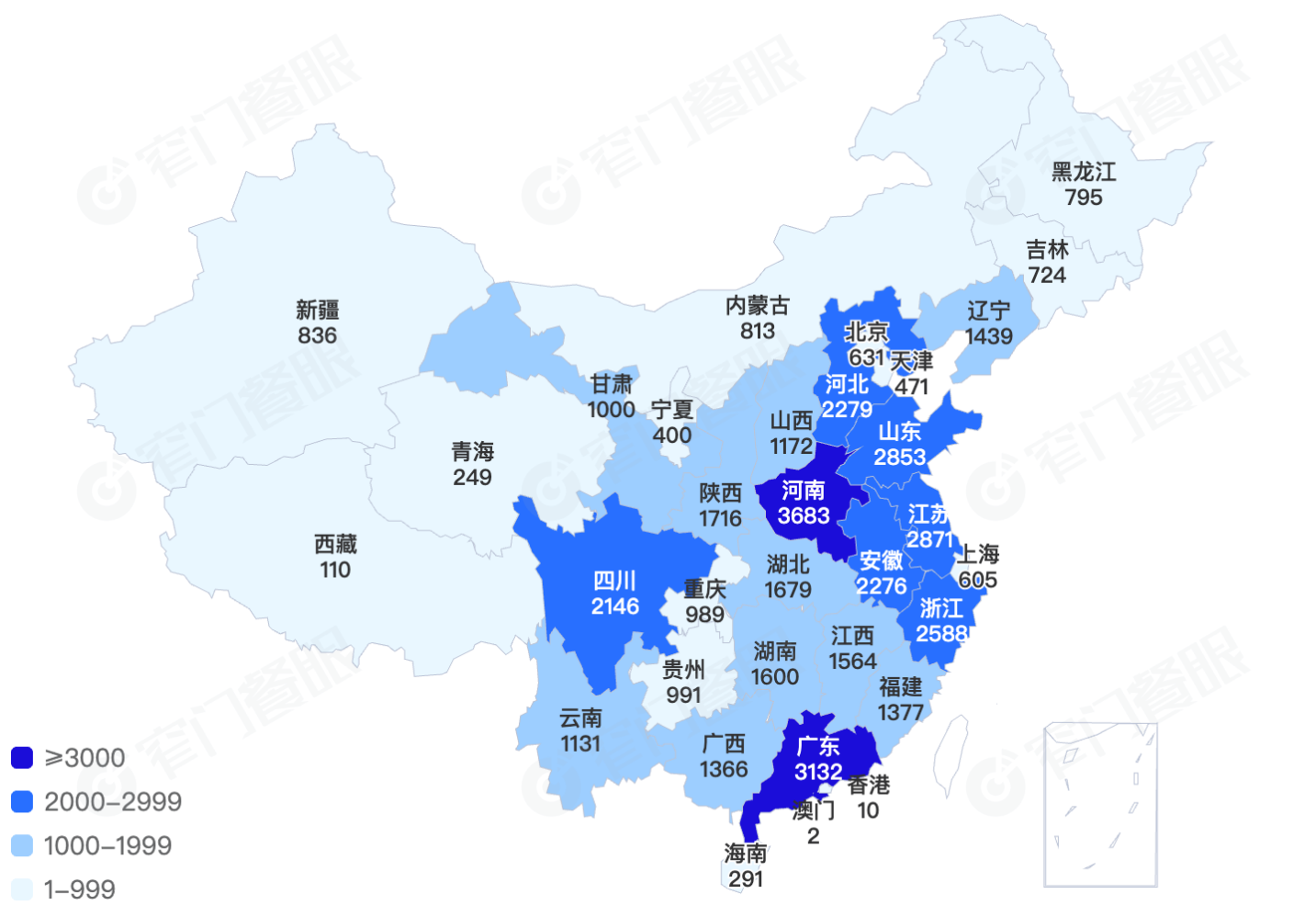


数据截至2025年12月；数据来源：窄门餐眼



2025各省存量门店数

截至2025-12, 蜜雪冰城共43789家门店, 覆盖33省367市, 覆盖面很广。门店主要集中在河南 (3683)、广东 (3132)、江苏 (2871)、山东 (2853)、浙江 (2588) 等人口与消费活跃省份; 西藏 (110)、香港 (10)、澳门 (2) 较少。省集中度8.41%、市集中度2.26%, 整体不算过度集中但存在头部省份优势。适度集中利于供应链与品牌势能; 过度集中会加剧同店竞争与区域风险, 过度分散则管理与物流成本上升。



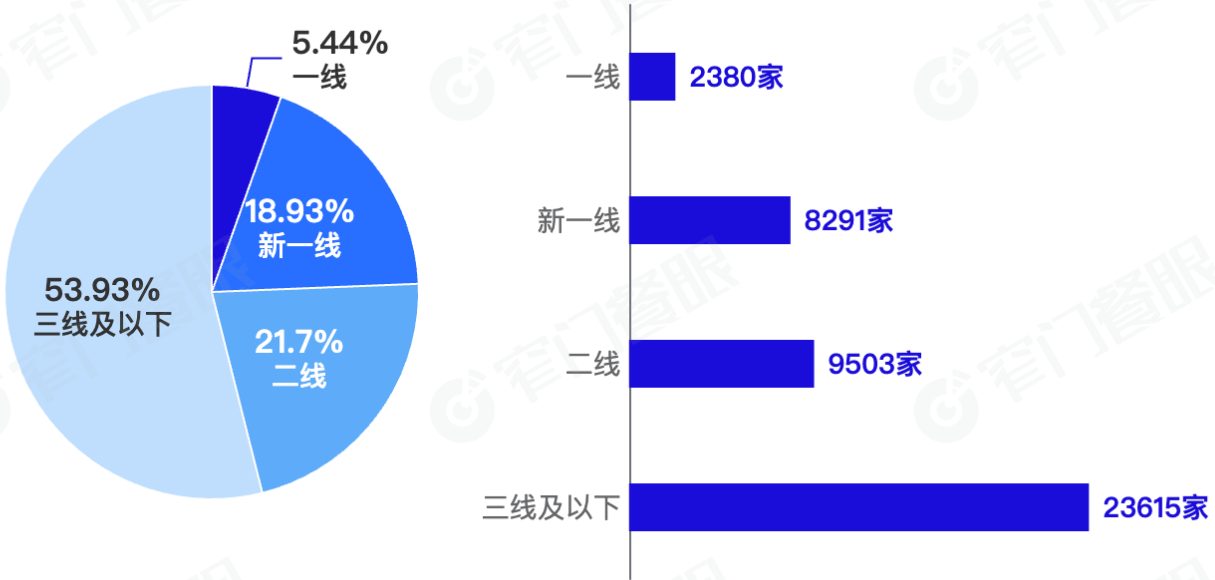
数据截至2025年12月; 数据来源: 窄门餐眼

现有门店数	覆盖省份	覆盖城市	省份集中度	城市集中度
43789	33	367	8.41%	2.26%



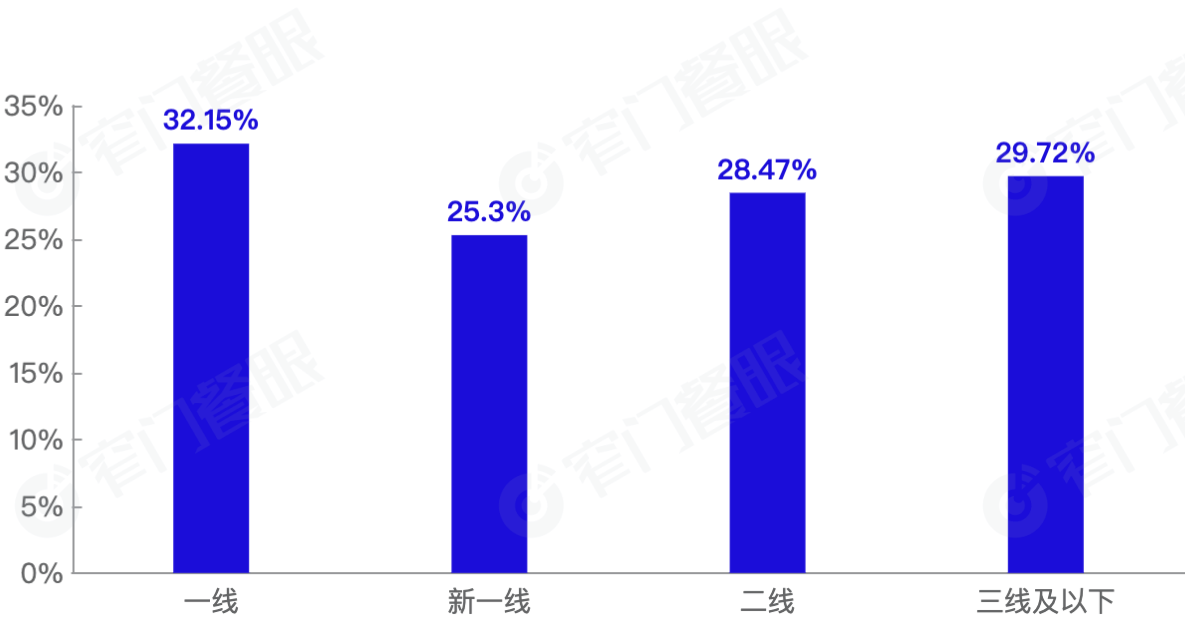
2025城市分布

蜜雪冰城门店主要布局在三线及以下城市，数量达23615家，占比约54.4%，为各等级中最多；其次为二线城市9503家，占比约21.9%，新一线8291家，占比约19.1%，一线仅2380家，占比约5.5%。增速方面，一线增长率32.2%最高，其次为三线及以下29.7%、二线28.5%、新一线25.3%。整体看，规模重心仍在小城市，但在大城市的加密扩张更快。



数据截至2025年12月；数据来源：窄门餐眼

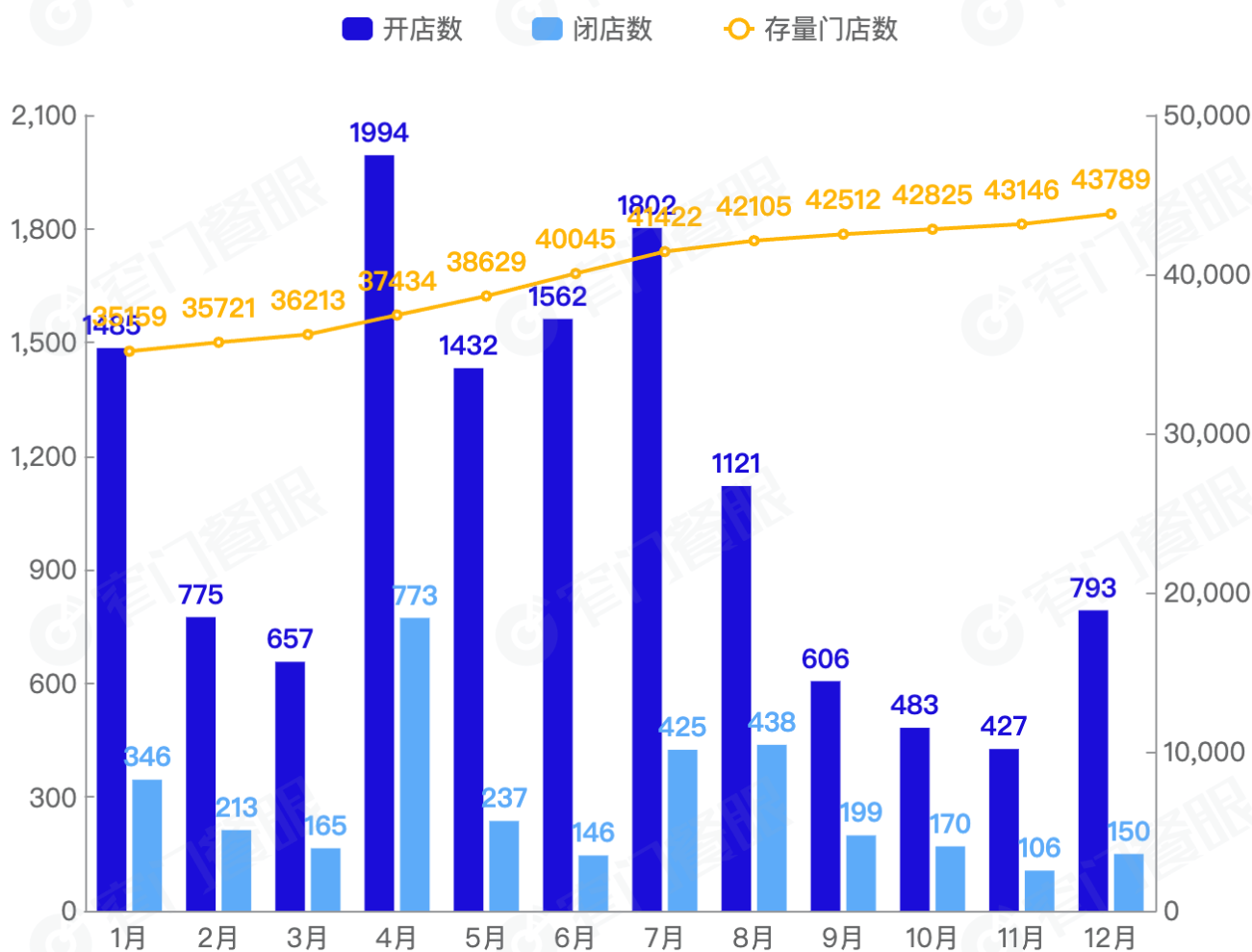
2025城市分布增长率



数据截至2025年12月；数据来源：窄门餐眼

2025年各月份开闭店情况

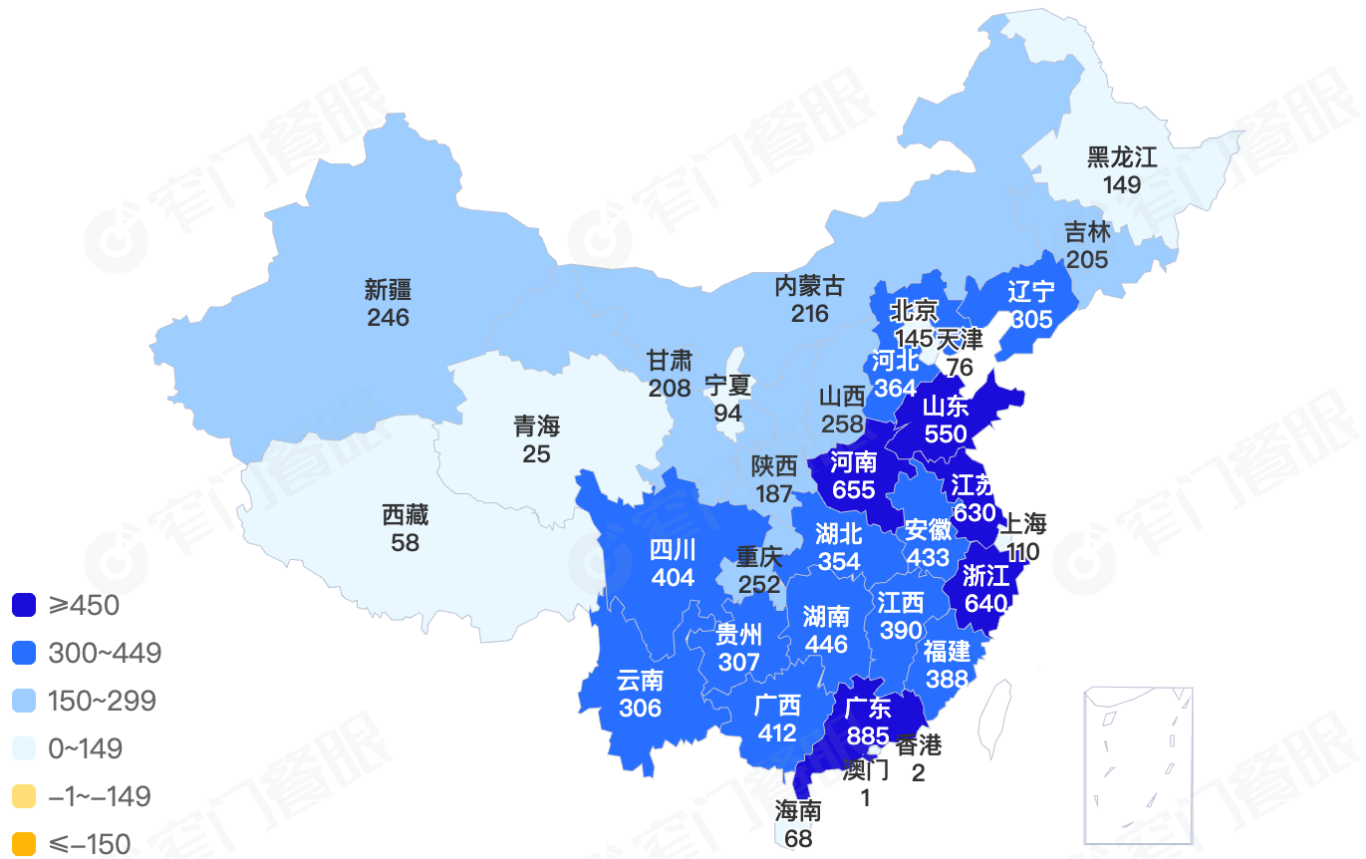
蜜雪冰城全年开店13137家、闭店3368家，净增明显。在开店上，4月为峰值（1994家），其后7月（1802家）、6月（1562家）、1月（1485家）、5月（1432家）也较高；关店同样集中在4月最高（773家），其次为8月（438家）和7月（425家）。上半年扩张更猛，4-7月形成开店旺季；下半年开店节奏放缓，9-11月最淡（606/483/427），但关店也趋缓，整体在营门店持续上升。（606/483/427），但关店也趋缓，整体在营门店持续上升。



数据截至2025年12月；数据来源：窄门餐眼



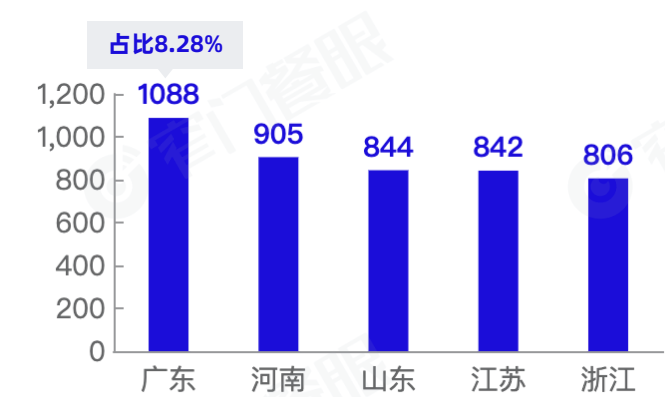
2025年各省市开关店情况



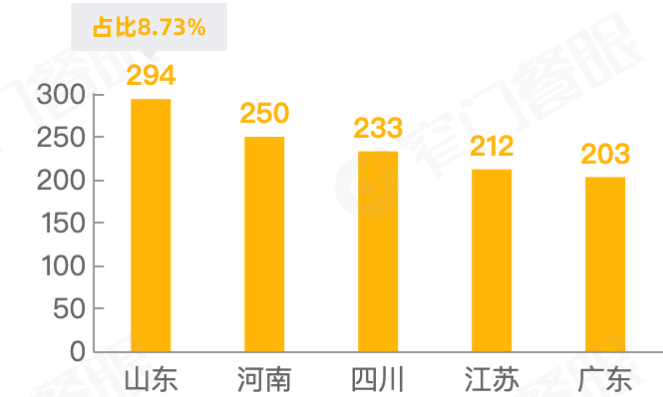
净增长数 = 该省2025年总开店数 - 总闭店数, 负值表示净减少
数据截至2025年12月; 数据来源: 窄门餐眼

蜜雪冰城开店主要集中在广东 (1088)、河南 (905)、山东 (844)、江苏 (842)、浙江 (806), 显示在沿海消费大省与中部人口大省持续扩张。闭店则以山东 (294)、河南 (250)、四川 (233)、江苏 (212)、广东 (203) 居前。可见广东、河南、山东、江苏既是开店大省也是闭店大省, 说明门店基数大、加密快, 竞争与点位筛选更激烈; 四川闭店高但未进开店前五, 或反映局部饱和、经营压力与门店调整。

开店TOP5省份



关店TOP5省份



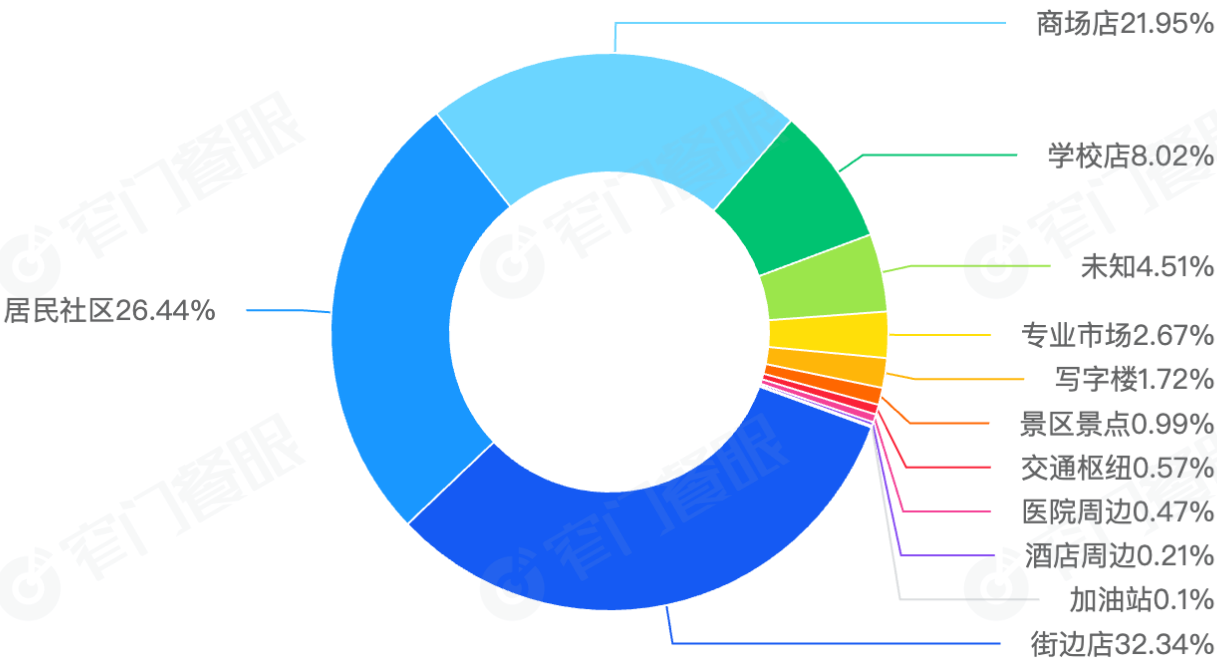
数据截至2025年12月; 数据来源: 窄门餐眼



三、选址分布与竞争密度

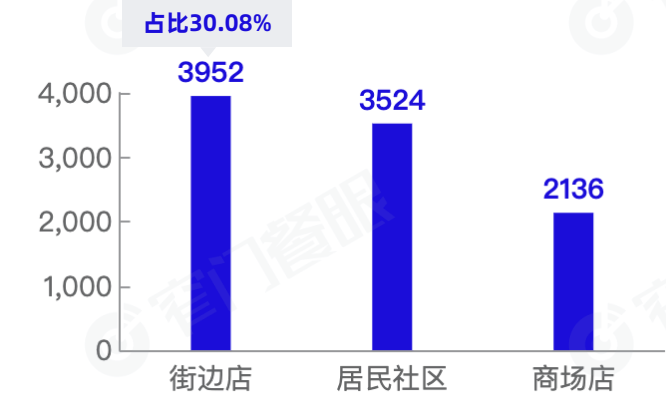
选址分布

蜜雪冰城门店以街边店与居民社区为主，二者合计占比近六成；其中街边店最多（开店TOP1：3952家/30.08%），体现对高人流、低租金、易触达点位的偏好，商场店也占一定比例。闭店看，街边店关店最多（1139家/33.82%），商场店关店占比也高（21.76%），提示这两类点位竞争更激烈、租约与客流波动更大。选址可优先社区与稳定街边，同时谨慎评估商场与街边的租金、同业密度与客流稳定性。

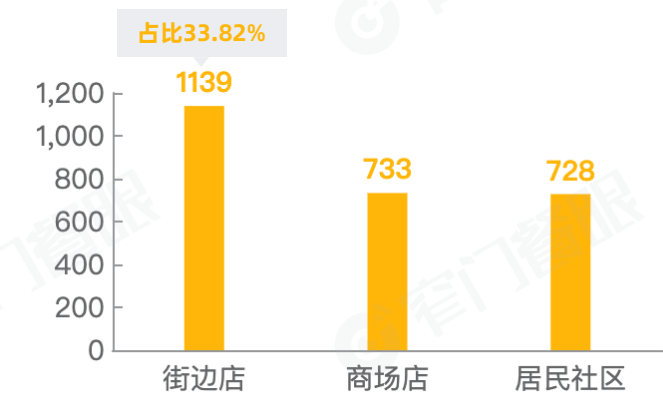


数据截至2025年12月；数据来源：窄门餐眼

开店TOP3选址类型



关店TOP3选址类型



数据截至2025年12月；数据来源：窄门餐眼

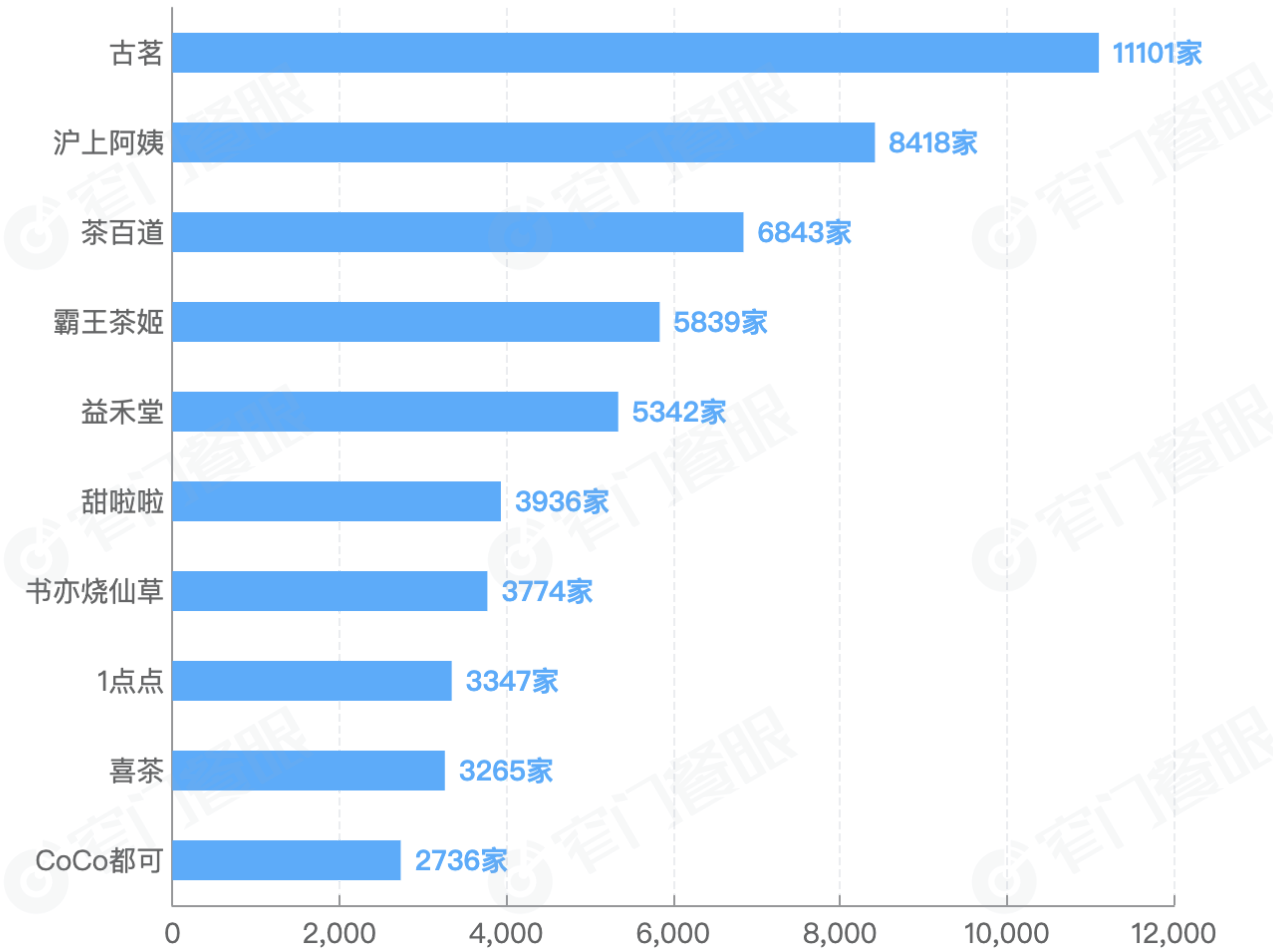


■ 邻居画像

从500米半径同品类邻居看，蜜雪冰城周边竞争密度高，古茗以11101家居首，占前十总量的23.1%；沪上阿姨8418家、茶百道6843家分列第2、第3，前三合计占比达54.8%，为主要竞争来源。其次霸王茶姬5839家、益禾堂5342家，占比各为12.2%、11.1%，中腰部挤压明显。对选址与经营而言，应优先避开“古茗+沪上阿姨”高叠加商圈，转向社区与校园等高复购点位，并以价格带、出杯效率与爆品迭代形成差异化。

同品类周边 500 米品牌门店数 top10

同价格带/同品类同价格带，
请前往 窄门餐眼小程序 / App 中筛选查看



数据截至2026年2月；数据来源：窄门餐眼



四、产品分析

用户喜欢前十推荐菜

蜜雪冰城推荐菜以果饮与奶茶双线为核心，第1冰鲜柠檬水、第2蜜桃四季春、第3珍珠奶茶稳定带量，满杯百香果、棒打鲜橙等强化“鲜果”标签。与品类热门菜重合度较高，其中杨枝甘露同时入选品牌第8与品类榜。年度新品披露5款，定价6.4-10.0元，均价约7.7元，体现以低价高频、季节水果与大杯型（如桶装）驱动上新。

品牌推荐菜Top10

- | | |
|----|----------|
| 1 | 冰鲜柠檬水 |
| 2 | 蜜桃四季春 |
| 3 | 珍珠奶茶 |
| 4 | 满杯百香果 |
| 5 | 草莓摇摇奶昔 |
| 6 | 奥利奥雪王大圣代 |
| 7 | 棒打鲜橙 |
| 8 | 杨枝甘露 |
| 9 | 魔天脆脆冰淇淋 |
| 10 | 黑糖珍珠大圣代 |

奶茶饮品推荐菜Top10

- | | |
|----|--------|
| 1 | 杨枝甘露 |
| 2 | 豆乳玉麒麟 |
| 3 | 招牌芋圆奶茶 |
| 4 | 西瓜啵啵 |
| 5 | 杨枝甘露椰奶 |
| 6 | 超A芝士葡萄 |
| 7 | 豆乳米麻薯 |
| 8 | 超A芝士桃桃 |
| 9 | 芒芒生打椰 |
| 10 | 龙井香青团 |

数据截至2025年12月；数据来源：窄门餐眼



2025年十大新品



四季春轻乳茶
4月上架 ¥7



蓝莓果粒酸奶
5月上架 ¥10



柠檬红茶霸气桶
6月上架 ¥7.9



芒果啵啵
7月上架 ¥7



苹果奶绿
8月上架 ¥6.4



雪王柠檬奶
9月上架 ¥8



厚芋泥奶茶
10月上架 ¥9



奥利奥奶绿
11月上架 ¥8



黑糖珍珠撞奶
12月上架 ¥7



龙井拿铁
4月上架 ¥9

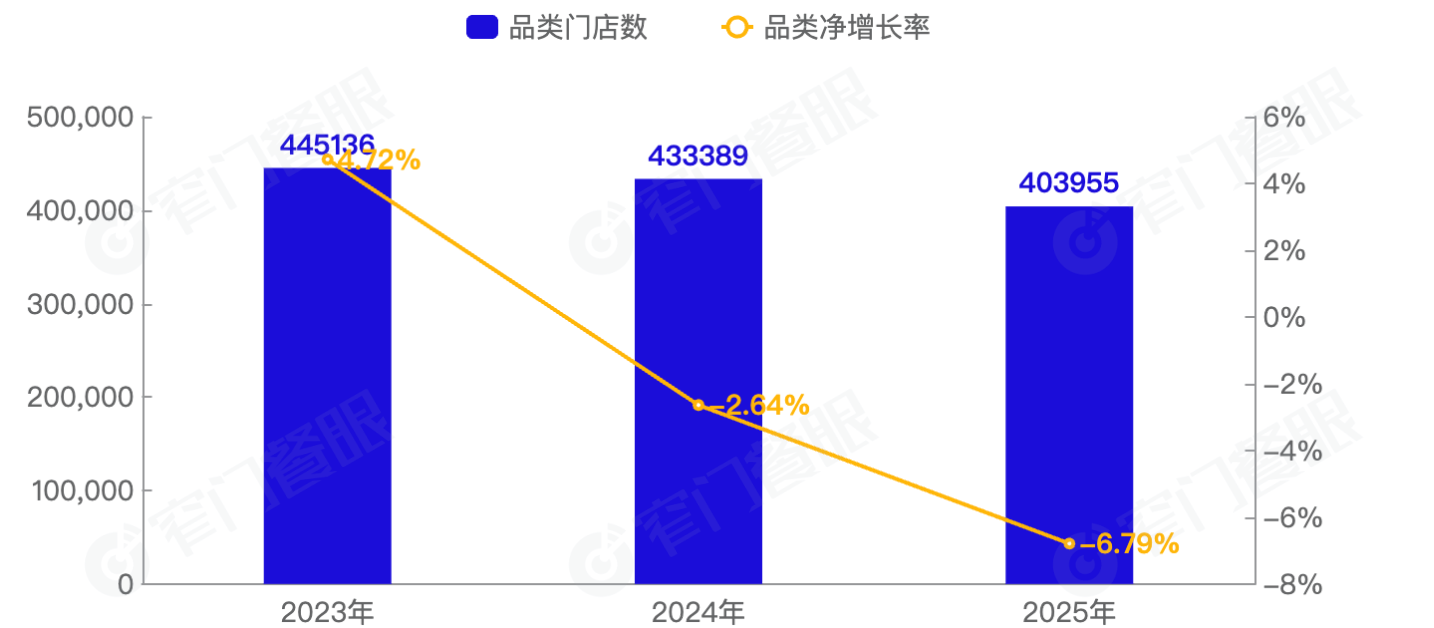
数据截至2025年12月; 数据来源: 窄门餐眼



五、行业趋势

■ 品类趋势

奶茶饮品这三年门店总数在减少：2023年还有44.5万家，2024年降到43.3万家，2025年进一步到40.4万家，累计少了约4.1万家。净增长率也从2023年的+4.72%转为2024年的-2.64%，到2025年跌到-6.79%，下滑在加速。整体来看行业从扩张转为明显收缩，说明关店和淘汰在加快，靠密集开店拉增长的路越来越难。



数据截至2025年12月；数据来源：窄门餐眼



近三年茶饮饮品Top10品牌

2023年TOP10	门店数	2024年TOP10	门店数	2025年TOP10	门店数
蜜雪冰城	28674	蜜雪冰城	34020	蜜雪冰城	43789
古茗	9256	古茗	9879	古茗	13507
茶百道	8104	茶百道	8796	沪上阿姨	10121
沪上阿姨	7973	沪上阿姨	8647	茶百道	8349
书亦烧仙草	6978	甜啦啦	6234	霸王茶姬	7026
甜啦啦	6052	霸王茶姬	6179	益禾堂	6707
益禾堂	5547	益禾堂	6055	甜啦啦	6197
CoCo都可	4550	书亦烧仙草	5090	书亦烧仙草	4868
霸王茶姬	3254	喜茶	4503	1点点	4068
1点点	3234	CoCo都可	3822	喜茶	3876



排名情况

蜜雪冰城以门店数44080家位居行业第1, 净增长8279家同样第1, 与行业第一差距为0家; 相较行业均值71家、中位数7家, 规模优势显著。具体来看, 年度开店11104家、关店2825家, 关店数亦为行业第1, 扩张同时伴随较高出清压力。人均价格7.29元, 处于品类5.0-23.0元区间偏低位, 价格竞争力强。主要竞品为益禾堂、甜啦啦、吾饮良品, 潜在竞品包括红花星球、甜心皮皮、茶玥见山。

门店数排名



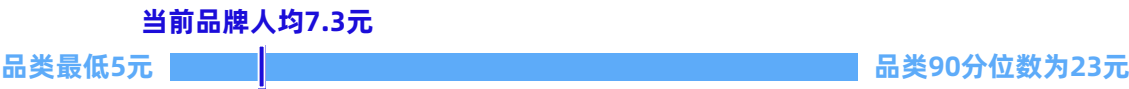
净增长排名



关店数排名



价格定位



主要竞品

益禾堂

甜啦啦

吾饮良品

潜在竞品

红花星球

甜心皮皮

茶玥见山

数据截至2025年12月; 数据来源: 窄门餐眼

六、新闻热点

改变茶饮咖啡格局的5大事件，发生在2025！

2025年，蜜雪冰城在资本化与出海两方面引发关注。3月3日，蜜雪集团（2097.HK）在港交所上市，敲钟由“雪王”及其7位伙伴共同完成；截至目前，蜜雪冰城全球门店已超过5.3万家。12月，蜜雪冰城美国首店在洛杉矶好莱坞大道开业，通过雪王街头快闪、主题曲挑战等活动带动当地消费打卡，标志其出海从东南亚进一步迈向北美市场。

店月销破1000万，从早排到晚！蜜雪正把这种店铺到全国

蜜雪冰城正在全国加速铺设“超级店/大店”模型：部分门店生意火爆，从早排到晚，单店月销售额已突破1000万元。该类门店通过更大面积、更强产能与更高出杯效率承接高客流，带动整体营收增长。随着这种高销量门店模式复制扩张，蜜雪冰城的线下渗透和规模优势进一步强化。

蜜雪全国上新！月售500万杯的苹果来啦！

蜜雪冰城宣布全国上新苹果系列饮品。该产品此前在部分地区测试表现亮眼，最高月销量达500万杯，因此此次推广至全国门店。新品主打苹果风味与清爽口感，面向大众价位消费人群，意在借助爆款单品进一步拉动门店销量与夏季消费热度。

蜜雪冰城创始人晋升河南新首富

蜜雪冰城创始人张红超（及家族）身家随公司估值/股价上涨而大幅提升，最新已超越牧原股份秦英林，晋升为河南新首富。蜜雪冰城凭借低价茶饮策略与加盟模式快速扩张，门店规模持续增长，带动资本市场与财富榜排名变化。

吸金1.19万亿！雪王即将创纪录，新茶饮却集体焦虑

蜜雪冰城正冲刺上市，认购资金达1.19万亿，有望刷新纪录，“雪王”吸金能力凸显。但上市并非新茶饮行业的万能解药：在消费趋谨慎、价格战与门店扩张放缓的背景下，行业整体压力加大。与此同时，“新茶饮第二名”之争仍未定，各品牌在规模、盈利与增长预期之间拉扯，集体陷入焦虑。

七、总结展望

回顾2025年，蜜雪冰城门店规模从2024年末34,020家提升至43,789家，全年净增9,769家，对应增长率28.7%，在奶茶饮品赛道中门店规模与净增长均位居第1。闭店端看，2024年闭店2,782家，在34,020家基数下存活率达91.8%，体现出较强的门店经营韧性。渠道覆盖方面，品牌已进入33省367市，形成全国性密度网络；具体来看，门店主要分布在三线及以下城市23,615家，占比29.7%，二线城市9,503家，占比28.5%，新一线8,291家，占比25.3%，一线2,380家，占比32.2%，低线与高线市场同步覆盖，为持续拓店提供了空间与抗波动能力。与益禾堂、甜啦啦、吾饮良品等竞品相比，蜜雪冰城在规模与扩张效率上优势明确。

其中，核心优势在于高存活率与更广的城市覆盖面支撑“深下沉+强复制”的扩张模型，同时2025年较2024年增速由18.6%提升至28.7%，显示拓店动能仍在增强。值得注意的是，增长高度依赖低线与二线的持续开店，若局部市场进入饱和或同业加速下沉，单店效率与闭店压力可能上行；同时一线占比偏高带来的租金、人力成本敏感度也需持续关注。

展望2026年，建议一是以367市为底盘，按城市群与商圈颗粒度进行“加密优先级”管理，优先在二线及三线核心商圈做密度提升，并对新开店设置更严格的单店回本与客流阈值；二是对存量门店实施分层运营，针对闭店风险店提前做租约与产品结构调整，将存活率稳定在90.0%以上；三是与竞品差异化竞争重点放在供应链效率与爆品迭代节奏上，在不牺牲价格带优势的前提下提升复购与客单，避免单纯以开店拉动规模导致的边际效率下降。

窄门餐眼，是一款垂直于餐饮行业的多功能数据库

窄门餐眼前身，是番茄资本的內部工具。通过技术手段整理餐饮行业相关数据，筛选出优质好品牌好项目。2019年10月窄门餐眼正式上线，对外开放所有数据。

窄门餐眼，是一款垂直于餐饮行业的多功能数据库。如果你正在找餐饮项目，需要做市场调研，品牌分析，这里有4万+优质餐饮品牌。历史3000万+线下餐饮店的真实数据，可一键查看店城市分布，口碑评价，增长趋势，不同省市的人均消费水平，支持导出品牌横向对比报告。在数据一目了然的同时，优选了一批具备一定规模、低关店率的可加盟品牌，为投资人提供加盟项目参考。

如果你正在寻找更优质的供应链，这里有8900多家源头优质企业，直接查看供应商公司介绍，过往合作品牌清单，一键电话沟通的同时，还能申请样品试用，信息全公开，拒绝不透明！还可免费发布需求信息，100%有回应。

你还能查看海量的餐饮新闻热点、投资事件、行研报告、新品信息；还可以联系客户，拓展餐饮人脉。窄门餐眼，满足你多种需求。

快速解决4大餐饮需求

1 品牌&品类分析



2 品牌库&线上线下对接会



3 供应商库（含联系方式）



4 选址点位&城市分析



扫码体验