

人作一半 青山一半

be pure · be poetry

2025年第二季度 新茶饮市场调研报告

by 骏茶家市场部



骏茶家

深圳市意利投资控股有限公司
Shenzhen Yee Lee Investment Holdings Co., Ltd.

目录

- 1/ Q2新茶饮Top10品牌上新
- 2/ Q2新品情况分析
- 3/ 2025年Q3新茶饮趋势预测



Q2新茶饮Top10品牌上新

集中果茶，茶底聚焦

Innovation in tea categories



HEYTEA喜茶
“灵感之茶”

第二季度新品情况



喜茶Q2上新小报

1、偏向水果茶：2025年Q2喜茶共上新13款新品，4款牛乳茶，8款水果茶，1款果蔬汁。据公开报道，喜茶“木姜子滇木瓜”上架

首日即售罄，部分门店单日销量突破5000杯；其中芒椰糯米饭从2021年-2025年销量突破300w份，但消费者对其褒贬不一，有人称赞其口感丰富，将糯米、芒果与椰浆完美融合，也有人认为粽叶占用了杯中空间，影响搅拌和吸食，粽叶表面或存的脏污并不卫生。

2、茶底创新：13款产品用到4种茶底，分别是8款茉莉花茶，1款红茶，1款小青柑，2款黑苦荞藏茶，1款无茶产品。

3、以当季水果为主：Q2喜茶上新主要以当季鲜果为主，例如杨梅、桃李、黄皮等代表初夏的水果打造清爽感。

4、0联名，0品牌活动：延续Q1季度风格，喜茶Q2主要以新品为主，对产品的挖掘更深度，未进行联名，甚至连品牌活动都未进行。



HEYTEA喜茶
“灵感之茶”

第二季度新品情况



产品名称	英红·芝士糯糯	木姜子滇木瓜	清爽芭乐葡	清爽芭乐提	江边里·芝芝柑普
产品图片					
上新时间	4月9日	4月15日	4月25日	4月25日	5月13日
茶底	红茶（英红九号）	茉莉花茶（绿妍）	茉莉花茶（绿妍）	茉莉花茶（绿妍）	小青柑
其他元素	牛奶、芝士糯糯	酸木瓜、木姜子、杨桃豌豆凉粉	白芭乐、甜葡萄	白芭乐、青提	牛奶、芝士
营销卖点	1、选用金毫显露的“英红九号”，呈琥珀金汤； 2、特别研发芝士糯糯，增加咸感风味。	1、云南特色酸木瓜，以“酸”为味蕾特色； 2、添加特色香料木姜子，口感十分独特。	1、时令白芭乐，自带淡淡奶香； 2、加入葡萄，成就清爽甜嫩口感。	1、时令白芭乐，自带淡淡奶香； 2、加入青提，成就清爽脆嫩口感。	1、茶底为来自喜茶的发源地江门—新会小青柑； 2、属于江门的“特产”/手信的味道。



HEYTEA喜茶
“灵感之茶”

第二季度新品情况



产品名称	芝士咸酪藏茶	爆汁杨梅	轻芝杨梅	芒椰糯米饭
产品图片				
上新时间	5月19日	5月26日	5月26日	5月28日
茶底	黑苦荞藏茶	茉莉花茶（绿妍）	茉莉花茶（绿妍）	/
其他元素	牛奶、芝士、炒米、松子仁	东魁杨梅、啵啵、冰沙	东魁杨梅、轻芝云顶	芒果、椰蓉、糯米饭、粽叶（装饰用）
营销卖点	1、喜茶首款咸奶茶； 2、源于藏区灵感，黑茶的陈、木香与谷香交融，芝士云顶洒上炒米与松子仁，滋味醇香，口感丰富。	1、晚熟的东魁杨梅，个大、饱满、爆汁； 2、从长出果实到树下摘落，需要一个多月； 3、喜茶经典品回归。	1、晚熟的东魁杨梅，个大、饱满、爆汁； 2、从长出果实到树下摘落，需要一个多月； 3、喜茶经典回归。	1、端午时节推出； 2、去年的新品，高呼声下回归； 3、粽子叶放在饮品中作为纯装饰。



HEYTEA喜茶
“灵感之茶”

第二季度新品情况



产品名称	多肉桃李	纤·山姆专供	奇香黄皮桃	酥油茶
产品图片				
上新时间	6月05日	6月12日	6月12日	6月23日
茶底	茉莉花茶（绿妍）	茉莉花茶（绿妍）	茉莉花茶（绿妍）	黑苦荞藏茶
其他元素	三华李、黄油李	荷叶、羽衣甘蓝、青瓜、果蔬汁	红皮黄油桃、黄皮果	炒米、松子、牦牛乳、酥油
营销卖点	1、2022年经典款，应夏回归； 2、自然成熟，不调香，选用三华李与红皮油桃，双重甜美清爽。	1、灵感源自喜茶纤体瓶系列； 2、山姆特供。	1、黄皮果五分果香，五分皮香，带皮榨取工艺，带原始香气； 2、味道清奇独特，带自然辛香。	1、源自藏区地域灵感； 2、选用牦牛乳与酥油，溯源藏区正宗酥油茶。



奈雪的茶
“美好自有力量”

第二季度新品情况



奈雪的茶Q2上新小报

- 1、共上新17款产品，酸奶昔为主：**17款饮品中，含2款牛乳、4款水果茶、6款酸奶昔、1款椰汁与4款茶酒。据中国日报网消息，2025年5月奈雪的茶“霸气杨梅”系列回归，半月销售300万杯、单日峰值45万杯。
- 2、茶底使用情况：**最多的是茉莉花茶，有7款饮品使用，其他的有4款无茶、3款抹茶、2款玳玳花乌龙、1款红茶，跟Q1相比，乌龙茶的使用有所减少。
- 3、元素使用情况：**Q2奈雪的茶主要以当季水果杨梅、蟠桃、西瓜等为主要卖点元素，创新使用五谷类元素（绿豆、燕麦），并在其奈雪茶坊推出创新茶酒产品。
- 4、三次联名：**本季度奈雪的茶与奇迹暖暖、姆明、鸣潮发起三次联名，均为动漫/动画类联名，其联名频次相比去年大幅度降低。

产品名称	晚安桑葚蓝莓酸奶昔	霸气干酪爆爆冰杨梅	霸气杨梅	玳玳花蜜桃冰奶/蜜桃玳玳冰	浓抹绿豆爆爆冰
产品图片					
上新时间	4月28日	4月28日	5月07日	5月20日	5月28日
茶底	-	茉莉花茶	茉莉花茶	玳玳花乌龙茶	抹茶
其他元素	杨梅、树莓、桑葚、蓝莓、酸奶、安神酸枣仁冻	杨梅、干酪奶盖	东魁杨梅	蜜桃、蜜桃、黄桃、牛乳	绿豆、生椰乳、燕麦爆珠
营销卖点	1、多重莓果，花青素爆炸，打工人救星； 2、消灭坏心情，晚上喝也不怕睡不好。	1、选用东魁杨梅，7分甜包裹3分酸； 2、醇厚芝士干酪，香醇浓郁。	1、精选东魁杨梅，酸甜爆汁； 2、经典品10年回归，季节限定新品。	1、520限定推出； 2、橙香悸动，当季桃香交融。	1、绿豆一夏，掀起夏季凉风； 2、湖北、湖南、江西三省限定上新。

产品名称	玳玳花蟠桃酸奶昔	霸气一桶瓜	高光小紫瓶	大西洋金茉莉/大西洋赤金珀	香冰茶·香柚抹茶
产品图片					
上新时间	5月28日	6月05日	6月13日	6月26日	5月13日
茶底	玳玳花乌龙茶	-	-	茉莉花茶/景迈红茶	茉莉花茶、抹茶
其他元素	蟠桃、水蜜桃、草莓、酸奶	麒麟瓜、包芯马蹄脆脆珠	蓝莓、桑葚、酸奶昔	金酒、青提汁、油柑汁	香柚、葡萄柚
营销卖点	1、与姆明联名针对六一儿童节推出； 2、橙香与蟠桃蜜桃草莓香交织，层次丰富，千亿活菌肠道无负担。	1、西瓜冰沙+厚切瓜肉，第四年热力回归； 2、夏季热浪，吃一桶霸气瓜才过瘾。6月9日送考生喝。	1、66颗蓝莓桑葚，约等于400mg花青素； 2、千亿活菌很通畅；	1、奈雪茶院推出，黄昏微醺，明媚茉香赶走阴霾； 2、以阿尔巴尼诺葡萄酒作为基酒原料，注入愉悦味蕾体验。	1、奈雪茶院推出； 2、酸甜有味，冰爽现制。



霸王茶姬

以东方茶，会世界友



第二季度新品情况

霸王茶姬Q2上新小报

- 1、上新数量：**霸王茶姬Q2共上新5款新品，包含3款牛乳茶与2款柠檬茶，相较Q1多了柠檬茶产品的尝试。**但是霸王茶姬Q2基本没有爆品出现，各款新品都反响平平**，在喜茶、奈雪、古茗、茶百道等品牌的“内卷”下，霸王茶姬的研发创新力度似乎稍显不足。
- 2、茶底情况：**分别为1款绿茶，1款糯香绿茶，1款乌龙茶，1款茉莉花茶与1款荔枝红茶，茶底使用比较丰富。
- 3、营销联名：**Q2季度霸王茶姬推出孙燕姿作为品牌代言人，并与电影《哪吒》发起1次联名活动。
- 4、主要元素：**芭乐、蜜瓜、荔枝、碧螺春。



霸王茶姬
以东方茶，会世界友

第二季度新品情况



产品名称	万象春和	夏梦玫瑰	粉芭乐	七里香	一骑红尘
产品图片					
上新时间	4月18日	5月09日	6月13日	6月13日	6月27日
茶底	绿茶（碧螺春）	乌龙茶（炭焙金观音）	茉莉花茶	糯香绿茶	荔枝红茶
其他元素	牛乳	牛乳、蜜瓜汁	红心芭乐汁、香水柠檬	香水柠檬	牛乳
营销卖点	1、春日推出，特别春日油画视觉包装； 2、代表春鲜滋味的洞庭湖“碧螺春”。	1、真实果汁，天然赋香； 2、将夏日暑气封存进这一杯夏梦玫瑰。	1、联合孙燕姿代言人推出； 2、盛夏第一天推出，清爽解暑。	1、联合孙燕姿代言人推出； 2、盛夏第一天推出，清爽解暑。	1、以长安的荔枝与芍药为灵感包装； 2、以茶为引，对话盛唐之美。

古茗®

古茗
“每天一杯喝不腻”

第二季度新品情况



古茗Q2上新小报

- 1、上新数量：**古茗Q2共上新15款产品，包含5款牛乳茶，6款水果茶，2款柠檬茶，1款纯茶，1款果茶，同样以水果茶为主。其中古茗新推出的云深幽兰，被很多人评价跟茶颜悦色的幽兰拿铁很像；而“超A芝士葡萄”自2019年首次推出以来已进行11次配方升级，过往销售超1.8亿杯。
- 2、茶底情况：**茶底使用情况为6款乌龙茶、3款茉莉花茶、3款绿茶、1款抹茶、1款红茶以及1款无茶，与Q1的茉莉花茶为主发生改变，该季度茶底主要以乌龙茶为主。
- 3、营销联名：**古茗Q2季度官宣吴彦祖成为其咖啡代言人，并与崩坏·星穹铁道动漫发起1次联名活动。
- 4、主要元素：**凤梨、苹果、葡萄、话梅、碧根果、三华李、水蜜桃。

古茗®

古茗
“每天一杯喝不腻”

第二季度新品情况



产品名称	龙井香青团	云顶抹茶龙井	西子龙井春	苹果金凤梨	超A芝士葡萄
产品图片					
上新时间	4月2日	4月2日	4月2日	4月10日	4月17日
茶底	绿茶（龙井）	绿茶（龙井）	绿茶（龙井）	茉莉花茶	-
其他元素	牛乳、青团	抹茶奶盖、青团、牛乳	牛乳	凤梨、苹果	葡萄、芝士
营销卖点	1、正宗龙井茶底，官方溯源认证； 2、人气饮品，应季回归。	1、正宗龙井茶底，官方溯源认证； 2、加入抹茶奶盖，更显春日气息。	1、正宗龙井茶底，官方溯源认证； 2、龙井牛乳茶，滋味清新中带醇厚。	1、大凉山丑苹果与金凤梨鲜榨； 2、每杯饮品里含约2个苹果； 3、联合奥运冠军樊振东推出。	1、葡萄冰沙配上咸香芝士奶盖； 2、整杯层次丰富。

古茗®

古茗
“每天一杯喝不腻”

第二季度新品情况



产品名称	超A葡萄冰	四季沁春	抹茶四季春	话梅柠檬水	招牌柠檬茶
产品图片					
上新时间	4月17日	5月1日	5月1日	5月8日	5月8日
茶底	茉莉花茶	乌龙茶（台式乌龙拼福建乌龙）	乌龙茶（台式乌龙拼福建乌龙）	-	乌龙茶（台式乌龙）
其他元素	葡萄、茉莉冻	-	抹茶奶盖、牛乳、黑珍珠	柠檬、话梅	香水柠檬
营销卖点	1、时令葡萄，真实果肉； 2、旧品回归，口感更清爽。	1、金观音、四季春、青心三种品种拼配； 2、纯冷萃茶； 3、花果香交织，一口品尽春天。	1、一口三重奏，层层有惊喜； 2、喝前摇一摇，充分混匀更有味。	1、咸香清爽； 2、鲜爽上新。	1、层次丰富，冰爽宜人； 2、沁爽酸甜，一口鲜活。

古茗®

古茗
“每天一杯喝不腻”

第二季度新品情况



产品名称	云深幽兰	桃桃乌龙冰	超A芝士桃桃	桃桃撞奶	桃桃冰冰李
产品图片					
上新时间	5月15日	6月5日	6月5日	6月5日	6月12日
茶底	红茶（锡兰红茶）	乌龙茶	乌龙茶	乌龙茶	茉莉花茶
其他元素	牛乳、碧根果碎	桃肉	桃肉、芝士奶盖	桃肉、牛乳	三华李、水蜜桃
营销卖点	1、锡兰红茶拼印度红茶与云南红茶，茶底焕新升级，香味更浓郁； 2、添加碧根果碎，咸香交织。	1、水蜜桃高甜高熟，软嫩可口； 2、真实果肉现剥现捣，保留咀嚼感与鲜活感。	1、水蜜桃高甜高熟，软嫩可口； 2、真实果肉现剥现捣，保留咀嚼感与鲜活感。	1、水蜜桃高甜高熟，软嫩可口； 2、真实果肉现剥现捣，保留咀嚼感与鲜活感。	1、时令三华李配水蜜桃，双重鲜果，一口酸甜。



茶百道

好茶为底，制造新鲜



第二季度新品情况

茶百道Q2上新小报

- 1、上新情况：**茶百道Q2共上新26款产品，其中包含10款果茶，5款牛乳茶，4款抹茶，3款酸奶昔，2款果奶，1款冰淇淋，1款椰青。其中茶百道浓抹米乳青团所属的“径山抹茶系列”产品，在上市前五天全国卖出超140万杯。
- 2、茶底使用情况：**26款新品中，有8款使用茉莉花茶，7款无茶饮品，4款抹茶，3款栀香乌龙，3款山茶花碧螺春，1款乌龙茶。
- 3、联名营销情况：**茶百道Q2进行两次联名，分别是与玩具总动员与淮水竹亭，并推出成毅与超模雎晓雯作为代言人/产品模特。
- 4、元素使用情况：**荔枝、蜜瓜、桃子、木姜子、杨梅、葡萄、米乳、桑葚、紫苏。



茶百道

好茶为底，制造新鲜

第二季度新品情况



产品名称	浓抹米乳青团	抹茶竹香柠檬	浓抹米乳奶冻	芒果桑葚酸奶昔	鲜紫苏多肉葡萄
产品图片					
上新时间	4月10日	4月10日	4月10日	4月10日	4月17日
茶底	抹茶	抹茶、竹香乌龙	抹茶	-	茉莉花茶
其他元素	米乳、青团	柠檬	米乳、奶冻	桑葚、芒果、凤梨、酸奶昔	紫苏叶、柠檬、葡萄
营销卖点	1、干目细浓东方鲜香，浓抹解春困； 2、更缓慢的提神，更久的解困，比咖啡更懂中国人。	1、干目细浓东方鲜香，浓抹解春困； 2、双重茶底柠檬茶，抹茶入柠檬茶，新颖搭配。	1、干目细浓东方鲜香，浓抹解春困； 2、五常大米碾压米乳，带来自然米香与清甜感。	1、三重果香搭配牧场活菌酸奶； 2、大口畅吸，凤梨明亮香气碰撞芒果馥郁甜香，芒果果肉粒清甜有嚼感，增添咀嚼乐趣。	1、甄选花青素含量高的夏黑葡萄，清新多汁； 2、紫苏入茶激发草本香，混合柠檬，双重滋养，喝出好气色。



茶百道

好茶为底，制造新鲜

第二季度新品情况



产品名称	玫瑰葡萄	葡萄冻冻	活菌·草莓酸奶昔	鲜奶山茶碧螺春	山茶碧螺青团
产品图片					
上新时间	4月17日	4月17日	4月25日	4月30日	4月30日
茶底	茉莉花茶	茉莉花茶	-	山茶花碧螺春	山茶花碧螺春
其他元素	玫瑰花露、葡萄、柠檬片	葡萄、冻冻、柠檬片	酸奶、草莓	牛乳、C3云绒轻乳	牛乳、C3云绒轻乳、青团
营销卖点	1、甄选花青素含量高的夏黑葡萄，清新多汁； 2、添加玫瑰花露，花香满盈。	1、甄选花青素含量高的夏黑葡萄，清新多汁； 2、果味柠檬茶，酸甜清爽，一秒入夏。	1、臻选千亿活菌酸奶+时令鲜草莓，创新混合搅打，实现酸奶与果肉的完美融合； 2、嚼得到的草莓果肉。	1、三重绽香； 2、滋味清甜； 3、当季春茶，鲜感底味。	1、三重绽香； 2、滋味清甜； 3、当季春茶，鲜感底味。



茶百道

好茶为底，制造新鲜

第二季度新品情况



产品名称	活菌·杨梅酸奶昔	杨梅爆爆冰	木姜子香芒果	木姜子爆柠檬	木姜子醒橄榄
产品图片					
上新时间	5月07日	5月07日	5月16日	5月16日	5月16日
茶底	-	茉莉花茶	茉莉花茶	-	-
其他元素	杨梅、酸奶	杨梅、马蹄爆珠	木姜子、芒果	木姜子、柠檬	木姜子、橄榄、柠檬
营销卖点	1、一杯含9颗真杨梅； 2、嚼得到的真果肉，喝得到的酸甜感。	1、一杯含9颗真杨梅； 2、嚼得到的真果肉，喝得到的酸甜感，一口爆汁真清爽。	1、贵州鲜榨木姜子果实，与冰糖融合，辛香而不刺激； 2、搭配熟香芒果，香气复杂芬芳，口感独特。	1、贵州鲜榨木姜子果实，与冰糖融合，辛香而不刺激； 2、香料与柠檬的结合，搭配新颖。	1、贵州鲜榨木姜子果实，与冰糖融合，辛香而不刺激； 2、广东橄榄与贵州木姜子结合，香气复杂芬芳。



茶百道

好茶为底，制造新鲜

第二季度新品情况



产品名称	开心山茶花	开心抹茶	开心椰青	白桃观音奶冻	栀栀白桃
产品图片					
上新时间	5月30日	5月30日	5月30日	6月05日	6月05日
茶底	山茶花碧螺春	抹茶	-	栀香乌龙茶	栀香乌龙茶
其他元素	抹茶、开心果碎、牛乳	牛乳、开心果碎	抹茶奶盖、椰青、椰乳	桃汁、奶冻、牛乳	桃汁、牛乳
营销卖点	1、山茶花碧螺春茶底搭配鲜牛奶，柔滑鲜醇；2、现打开心果奶盖锁住双重香气，点缀焙烤坚果碎，入口焦香席卷，香气层层递进！	1、超干目抹茶与鲜牛奶相融，现打开心果奶盖裹住双倍浓醇，2、茶汤中和，再撒上酥脆焙果碎，浓而不腻，一口开心！	1、椰子水清甜凉爽，与现打开心果奶盖形成强烈风味对比。2、再撒入现烤果碎增添焦香，坚果醇香，椰香清凉，一杯并存浓醇与清爽！	1、桃源新茶，漫享三重香韵；2、全新升级栀香乌龙茶底。	1、桃源新茶，漫享三重香韵；2、全新升级栀香乌龙茶底。



茶百道

好茶为底，制造新鲜

第二季度新品情况

产品名称	桃桃乌龙	荔枝冰奶	海盐茉莉冰茶	仲夏蜜瓜冰奶	蜜瓜冰淇淋	蜜瓜爆爆珠
产品图片						
上新时间	6月05日	6月12日	6月12日	6月26日	6月26日	6月26日
茶底	栀香乌龙茶	茉莉花茶	茉莉花茶	乌龙茶	-	茉莉花茶
其他元素	桃子果肉	牛乳、鲜榨荔枝	鲜榨荔枝、海盐、柠檬	蜜瓜丁、牛乳	蜜瓜果肉、香草冰淇淋	蜜瓜、马蹄爆爆珠
营销卖点	1、每一杯桃桃乌龙至少含1个水蜜桃。	1、一杯约含19颗鲜荔枝； 2、牛乳配上鲜榨荔枝，醇厚与酸甜融合，风味独特。	1、一杯约含19颗鲜荔枝； 2、柠檬配上鲜榨荔枝，酸甜融合，风味独特。	1、水果鲜奶茶新风味； 2、现捣蜜瓜丁搭配安溪铁观音，香气口感层次丰富。	1、双重冰淇淋口感，冰沙口感； 2、现捣蜜瓜丁，吃得到的果肉。	1、冻感清爽，快乐一夏； 2、果肉入茶，马蹄爆爆珠丰富味蕾。



林里柠檬茶
TIME TO BREAK

第二季度新品情况



林里柠檬茶Q2上新小报

- 1、上新频次较低：**林里Q2共上新6款产品，其中包含5款水果柠檬茶与1款水牛乳茶。
- 2、茶底使用情况：**6款新品均使用茉莉花茶作为茶底。
- 3、营销情况：**林里Q2邀请著名主持人齐思钧降落直播间带货，同时通过各种新周边/小鸭促进营销，推出臭豆腐鸭、狐狸鸭等，并与卫龙、西树泡芙等年轻品牌进行联名，新奇多样的营销方式，紧跟热点又出其不意，狠狠拿捏这届年轻人的“童心”与“猎奇”。
- 4、元素使用情况：**主要以当季水果元素为主，以奇异果、黄皮、黄桃、苹果四种水果为主。

产品名称	超C奇异果柠茶	黄皮柠檬茶霸王杯	黄桃冰柠茶	黄桃百香果冰柠茶	苹果水牛乳奶茶	苹果冰柠茶
产品图片						
上新时间	4月25日	5月16日	6月06日	6月06日	6月18日	6月18日
茶底	茉莉花茶	茉莉花茶	茉莉花茶	茉莉花茶	茉莉花茶	茉莉花茶
其他元素	奇异果、奇亚籽、柠檬、气泡水	黄皮鲜果/盐渍黄皮二选一，柠檬	黄桃、柠檬	黄桃、柠檬、百香果	苹果、水牛乳、冻冻	苹果、柠檬
营销卖点	1、维C超多，果柠天生C位； 2、惊喜口感叠加，维C轻松到位。	1、一升黄皮柠檬茶，一次喝过瘾！ 2、甜、咸二选一，同样的黄皮，不同的玩法。	1、暴打黄金桃，一口鲜甜爆汁； 2、茶香不抢果味，酸甜清爽，果力十足。	1、暴打黄金桃，一口鲜甜爆汁； 2、茶香不抢果味，酸甜清爽，果力十足。	1、选新疆阿克苏苹果，个大饱满，酸甜爆汁； 2、选择水牛乳，与苹果丁包裹，浓郁脆爽，酸甜回香。	1、选新疆阿克苏苹果，个大饱满，酸甜爆汁。



沪上阿姨
“爱鲜果茶，喝沪上阿姨”



第二季度新品情况

沪上阿姨Q2上新小报

1、上新情况：沪上阿姨Q2共推出23款新品，其中包含6款牛乳茶、4款水果茶、3款果蔬汁、1款酸奶昔、2款椰汁、3款柠檬茶、1款果奶、1款水果柠檬茶、2款果味气泡水（苹果与葡萄）。其中据市场研究显示，新茶饮届2025年每个月都有近10款苹果饮品上架，苹果饮品在茶饮市场较为火爆（饮力实验室发布的月度饮品报告）。

2、茶底使用情况：7款茉莉花茶，9款无茶、3款蜜桃乌龙、2款薄荷草本茶以及2款红茶。

3、联名营销情况：推出鞠婧祎成为新品牌代言人，并与耽美动漫“欲言难止”发起一次联名活动。

4、元素使用情况：白柚、苦瓜、苹果、葡萄、羽衣甘蓝、绿豆、杨梅、水蜜桃、三华李、芭乐、薄荷、话梅、碧根果。



沪上阿姨
“爱鲜果茶，喝沪上阿姨”



第二季度新品情况

产品名称	苦瓜不苦去火瓶	苦瓜不苦柚柠茶	葡萄气泡冰萃	苹果气泡冰萃	羽衣柚子柠檬水
产品图片					
上新时间	4月02日	4月02日	4月09日	4月09日	4月17日
茶底	-	-	-	-	-
其他元素	白柚、羽衣甘蓝、苦瓜、苹果、柠檬	白柚、苦瓜、柠檬	夏黑葡萄、柠檬、气泡水	苹果、柠檬、气泡水	羽衣甘蓝、柠檬、柚子、
营销卖点	1、苦瓜与羽衣甘蓝的神奇搭配，苦瓜不苦，清新回甘； 2、维生素与膳食纤维结合的果蔬瓶。	1、特别添加韩国白柚，爆汁清甜，唤醒鲜活。	1、饱满自然的夏黑葡萄香气，裹挟着清凉细密的水汽涌出； 2、山东限定，沪上阿姨×山东潍坊国际风筝节。	1、青苹果香气在齿间炸开，酸与甜在碳酸浪潮中爆开； 2、山东限定，沪上阿姨×山东潍坊国际风筝节。	1、超级植物羽衣甘蓝，遇上广东香水柠檬，添加清香甘甜的柚子汁，三重VC，一杯清爽！



沪上阿姨
“爱鲜果茶，喝沪上阿姨”



第二季度新品情况

产品名称	超浓绿豆牛乳	东魁杨梅爆多肉	东魁杨梅奶昔	夏梦蜜桃	夏梦桃李
产品图片					
上新时间	4月17日	4月23日	4月23日	5月1日	5月1日
茶底	-	茉莉花茶	茉莉花茶	蜜桃乌龙	蜜桃乌龙
其他元素	牛乳、绿豆	东魁杨梅	东魁杨梅、酸奶昔	水蜜桃	水蜜桃、三华李
营销卖点	1、相比去年，绿豆加量足足100g； 2、4轮筛选“绿珍珠”明绿豆，12道工艺复刻； 3、顺滑绵密，冰爽香醇。	1、一杯5颗东魁杨梅； 2、酸甜惊艳，饱满肉感。	1、轻盈酸感，清爽不腻； 2、多重冻冻，口感轻盈。	1、甄选河北春雪/红梅品种水蜜桃，完熟度高鲜桃，一口软嫩爆汁； 2、特别添加森林蜜桃乌龙茶，5种以上工艺制茶，更显桃香风味。	1、甄选河北春雪/红梅品种水蜜桃，完熟度高鲜桃，一口软嫩爆汁； 2、特别添加森林蜜桃乌龙茶，5种以上工艺制茶，更显桃香风味。



沪上阿姨
“爱鲜果茶，喝沪上阿姨”



第二季度新品情况

产品名称	恋恋乌龙	芭乐树番茄发光瓶	粉心芭乐桃	羽衣火龙果高纤瓶	薄荷奶绿
产品图片					
上新时间	5月01日	5月07日	5月07日	5月19日	5月30日
茶底	蜜桃乌龙	茉莉花茶	茉莉花茶	茉莉花茶	薄荷茶
其他元素	牛乳	芭乐汁、树番茄果酱、新鲜草莓、奇亚籽	芭乐汁、新鲜水蜜桃、冻冻	火龙果、羽衣甘蓝、草莓、柠檬、苹果	牛乳、茶汤
营销卖点	1、特别添加森林蜜桃乌龙茶，5种以上工艺制茶，更显桃香风味。	1、高VC组合，粉润活力好状态； 2、甄选岭南粉心芭乐，绵软果香，厚实饱满。	1、高VC组合，粉润活力好状态； 2、甄选岭南粉心芭乐，绵软果香，厚实饱满。	1、升级更多膳食纤维，噗噗更顺畅； 2、一瓶每日纤维+35。	1、山东限定上新； 2、薄荷茶+奶茶的结合，奶茶所使用茶底未公布。



沪上阿姨
“爱鲜果茶，喝沪上阿姨”



第二季度新品情况

产品名称	薄荷曼波	苹果奶绿	苹果鲜打柠	黑糖波波冰	生椰芒芒清补凉
产品图片					
上新时间	5月30日	5月30日	5月30日	6月11日	6月11日
茶底	薄荷茶	茉莉花茶	茉莉花茶	红茶（工夫红茶）	-
其他元素	牛乳	牛乳、苹果	柠檬、苹果	牛乳、黑糖波波碎	生椰、西瓜、芒果、马蹄丸、冻冻
营销卖点	1、山东限定上新； 2、0植脂末 0反式脂肪酸 0氢化植物油。	1、粒粒脆甜果肉，丰富层次一口入心； 2、喝前充分摇一摇，果味奶香更融合。	1、柠檬配苹果，酸爽又清新； 2、大颗苹果粒，清甜微微酸。	1、由煮、焖、蜜制三重工艺制成的黑糖波波； 2、每一口都被醇香冰沙包裹，QQ糯糯有层次。	1、一杯五种缤纷小料，解锁限定夏日； 2、西瓜+芒果两重鲜果，注入生椰基底，类似海南特色甜品“清补凉”。



沪上阿姨
“爱鲜果茶，喝沪上阿姨”

第二季度新品情况



产品名称	生椰芒芒清补凉 (雪糕版)	话梅柠檬水	摩登英红
产品图片			
上新时间	6月11日	6月25日	6月25日
茶底	-	-	伯爵红茶
其他元素	生椰、西瓜、芒果、马蹄丸、冻冻	话梅、柠檬	牛乳、碧根果、奶油顶
营销卖点	1、一杯五种缤纷小料，解锁限定夏日； 2、2重鲜果，西瓜+芒果； 3、仅限堂食。	1、话梅配柠檬，瞬间解腻，带来直击灵魂的沁爽，咸鲜甜爽； 2、广式话梅的咸鲜添加，口感更丰富新颖。天津/浙江/山东门店限定上新。	1、五道工艺环发蜜香，发酵深邃浓郁的茶汤； 2、定制摩登小橙杯，精致英伦范儿。



益禾堂
分享益趣时刻



第二季度新品情况

益禾堂Q2上新小报

1、上新情况：共上新15款产品，其中2款牛乳茶、2款水果茶、5款果奶、2款果醋，1款果蔬茶、1款柠檬茶、1款果汁、1款草本柠

檬水。类别可谓是丰富而新颖，例如果醋、草本柠檬草均为别的品牌没有的品类。

2、茶底使用情况：15款新品中，9款为无茶产品，4款使用茉莉花茶，2款使用乌龙茶，可见其对茶底的重视并不强，所用茶底也较为单一。

3、元素使用情况：西瓜、薄荷、玫瑰醋、苹果、胡萝卜、莓果、黄皮。

4、联名营销情况：Q2与不同的主体联名共7次，例如高德地图，美团外卖、狐妖小红娘等，联名次数在众品牌中领先。



益禾堂
分享益趣时刻

第二季度新品情况



产品名称	鲜榨西瓜汁	西瓜沁夏	益桶大西瓜（茉莉版）	益桶大西瓜（生椰版）	薄荷柠檬水
产品图片					
上新时间	4月03日	4月03日	4月03日	4月03日	4月10日
茶底	-	-	茉莉花茶	-	-
其他元素	西瓜	西瓜、牛乳	西瓜	西瓜、椰乳	薄荷、柠檬
营销卖点	1、源头直采 当季无籽瓜，果肉饱满 汁水丰沛； 2、一口鲜甜沁满杯，提前尝到夏天的味道。	1、源头直采 当季无籽瓜，果肉饱满 汁水丰沛； 2、一口鲜甜沁满杯，提前尝到夏天的味道	1、源头直采 当季无籽瓜，果肉饱满 汁水丰沛； 2、一口鲜甜沁满杯，提前尝到夏天的味道	1、源头直采 当季无籽瓜，果肉饱满 汁水丰沛； 2、一口鲜甜沁满杯，提前尝到夏天的味道	1、大片薄荷叶，清新暴打； 2、清新酸甜，一秒入夏。



益禾堂
分享益趣时刻



第二季度新品情况

产品名称	超A养颜杯	玫瑰轻醋杯	粉黛苹果	粉黛苹果桃	橙C胡萝卜
产品图片					
上新时间	5月08日	5月08日	5月29日	5月29日	6月12日
茶底	-	-	-	-	茉莉花茶
其他元素	玫瑰醋、多重莓果	玫瑰醋、玫瑰花瓣、柠檬	苹果、牛乳	苹果、蜜桃、牛乳	橙子、苹果、胡萝卜、梨、百香果
营销卖点	1、超级植物Pro玫瑰系列； 2、甄选有机玫瑰酿造玫瑰醋，传统自然发酵168h。	1、超级植物Pro玫瑰系列； 2、甄选有机玫瑰酿造玫瑰醋，传统自然发酵168h。	1、鲜艳红苹果，鲜甜多汁，果香浓郁； 2、每一口都是清甜。	1、鲜艳红苹果，鲜甜多汁，果香浓郁； 2、与蜜桃形成苹桃CP，清甜香浓加倍。	1、黄金配比，混出鲜活； 2、胡萝卜高维C来袭。



益禾堂
分享益趣时刻

第二季度新品情况



产品名称	胡萝卜芒芒椰	小莓好·轻乳茶	莓果四重奏	香柠鸭屎香	鸭屎香轻乳茶
产品图片					
上新时间	6月12日	6月26日	6月26日	5月23日	5月23日
茶底	-	茉莉花茶	茉莉花茶	乌龙茶（鸭屎香）	乌龙茶（鸭屎香）
其他元素	橙子、苹果、胡萝卜、梨、生椰	蓝莓、桑葚、树莓、草莓、牛乳	蓝莓、桑葚、树莓、草莓	柠檬	牛乳
营销卖点	1、黄金配比，混出鲜活； 2、胡萝卜高维C来袭。	1、果萃轻乳，鲜甜十足； 2、多重莓果，抒写小莓好。	1、莓果四重奏，多重风味，酸甜清爽。	1、分常规版与老盐版可选； 2、鸭屎香柠檬茶，清新酷爽加倍。	1、分常规版与老盐版可选； 2、鸭屎香轻乳茶，创新推出。



七分甜
杨枝甘露更好喝

第二季度新品情况



七分甜Q2上新小报

- 1、上新情况：**共上新12款产品，分别为4款水果茶、2款冰淇淋、2款冰浆，2款水果柠檬茶、1款生椰冰淇淋，1款牛乳。
- 2、茶底使用情况：**使用茶底情况为：6款无茶产品，3款茉莉花茶，1款抹茶，1款乌龙茶，1款绿茶。
- 3、使用元素：**芭乐、杨梅、西瓜、莲雾、香草冰淇淋、荔枝、木姜子。
- 4、联名营销情况：**七分甜Q2未进行联名/营销活动，以产品为主。



七分甜
杨枝甘露更好喝

第二季度新品情况



产品名称	粉芭乐冰糯糯	粉芭乐香水柠	生酪多肉杨梅	爆汁多肉杨梅	超补水·西瓜莲雾	干目抹茶香草冰
产品图片						
上新时间	4月02日	4月02日	4月18日	4月18日	4月28日	5月9日
茶底	-	绿茶	茉莉花茶	茉莉花茶	茉莉花茶	抹茶
其他元素	红心芭乐、糯米、牛乳、酸奶	红心芭乐、柠檬	杨梅、草莓、生酪	杨梅、黑枸杞	西瓜、莲雾、马蹄爆爆珠	香草冰淇淋
营销卖点	1、三重香味交织，柔润浓醇； 2、泰国进口白糯米，增加糯感与咀嚼感。	1、鲜切红心芭乐散出浓郁的果香； 2、芭乐果粒铺满杯底，入口津甜清冽茶韵与充盈的香气唤醒味蕾。	1、生酪坠入“果味海洋”绵密的乳香裹着酸甜果肉细细品味； 2、生酪的微咸随即而来果香交织，层次丰富，口感更浓郁。	1、杨梅果肉丝缕入杯，喝得到的真实杨梅肉，果粒在舌尖肆意爆汁； 2、酸甜汁水，充盈味蕾。	1、夏日滋润解渴，天然水分超90%； 2、黑金刚莲雾与麒麟瓜搭配，自然清甜超补水。	1、茶味鲜香醇正，搭配香草冰淇淋，风味拉满； 2、边搅边喝，清凉直击舌尖，一扫暑气。



七分甜
杨枝甘露更好喝

第二季度新品情况



产品名称	西瓜生椰香草冰	粉荔山竹冰	粉荔山竹糯糯冰	荔枝鸭屎香冰茶	木姜子凤梨冰	木姜子凤梨三口奶油
产品图片						
上新时间	5月9日	5月23日	5月23日	5月23日	6月20日	6月20日
茶底	-	-	-	乌龙茶（鸭屎香）	-	-
其他元素	无籽麒麟瓜、生椰乳、香草冰淇淋	荔枝、山竹、甜菜根、香水柠檬	荔枝、生椰乳、糯米、甜菜感、山竹	荔枝、牛乳	木姜子、凤梨、生椰乳	木姜子、凤梨、奶油、甘草
营销卖点	1、奶香double，入口清爽浓郁，一杯get夏日限定快乐。	1、当季鲜荔枝加入山竹沁甜，双倍果香； 2、甜菜根天然赋粉嫩多巴胺色。	1、当季鲜荔枝加入山竹沁甜，双倍果香； 2、甜菜根天然赋粉嫩多巴胺色。	1、荔枝果奶； 2、醇厚中有果香。	1、一口凤梨，细嫩松脆搭配木姜子，组成清爽CP； 2、果香、辛香奇妙交织香味层层递进，袭满整个口腔。	1、一口凤梨，细嫩松脆搭配木姜子，组成清爽CP； 2、果香、辛香奇妙交织香味层层递进，袭满整个口腔。



茉莉奶白
一见茉莉，心生欢喜

第二季度新品情况



茉莉奶白Q2上新小报

1、7款上新：共上新7款产品，包含4款牛乳，3款水果茶。据公开数据显示，其中茉莉奶白**青芒黄皮冰茶**于2025年4月16日推出，首日单品销量达11万杯。

2、茶底使用情况：为4款茉莉花茶、1款红茶，1款兰香绿茶，1款玫瑰乌龙。

3、使用元素：Q2茉莉奶白使用的元素为青芒、黄皮、柚子、苹果、青柠、咸奶酪。

4、联名营销情况：茉莉奶白Q2仅与化妆品牌彩棠进行过一次联名活动，无其他品牌活动推出。



茉莉奶白
一见茉莉，心生欢喜

第二季度新品情况



产品名称	青芒黄皮冰茶	苹果柚子椰	柚子茉莉椰	青柠茉莉冰茶	青柠白兰抹茶
产品图片					
上新时间	4月16日	4月27日	4月27日	5月09日	5月09日
茶底	茉莉花茶	茉莉花茶	茉莉花茶	茉莉花茶	兰香甘露
其他元素	青芒、黄皮、酸木瓜	柚香薄荷芝士、苹果、生椰水	柚香薄荷芝士、生椰水	青柠、牛乳、抹茶芝士	青柠、牛乳、抹茶芝士
营销卖点	1、寻味东方，酸为首东方酸，安神之味消食舒缓，清腻口腹； 2、花香特调青芒黄皮冰茶，食口轻酸，乡味回甘，汇聚道地风土之酸。	1、柚香薄荷芝士融合当季红苹果搭配甄选茉莉针王与椰皇水； 2、轻啜一口，轻盈汇聚酪香清甜，茉香萦绕。	1、柚香薄荷芝士拼配鲜灵茉莉针王，携馥郁茶香席卷舌尖与清甜椰皇水； 2、温柔缠绕，香甜裹挟口腹，细腻留香。	1、创意打造特调冰沙清凉惬意迎接夏日； 2、配合底部抹茶芝士清香满溢，舌尖馥郁。	1、创意打造特调冰沙清凉惬意迎接夏日； 2、配合底部抹茶芝士清香满溢，舌尖馥郁。



茉莉奶白
一见茉莉，心生欢喜

第二季度新品情况



产品名称	玫瑰瓜瓜乐	马斯卡彭咸酪乳
产品图片		
上新时间	5月30日	6月18日
茶底	玫瑰乌龙	红茶（斯里兰卡）
其他元素	牛乳	奶盖、咸酪乳
营销卖点	1、玫瑰瓜赋香高山乌龙茶怡人果香萦绕悠长茶香； 2、与hello kitty联合推出。	1、咸、甜、醇、柔、香，层峦滋味起伏成山脉，愉悦涌动翻滚岩浆； 2、马斯卡彭奶酪是做提拉米苏的好底子，取其绵柔顺滑，摇身一变为口感更轻盈的奶盖。



Q2新品情况分析

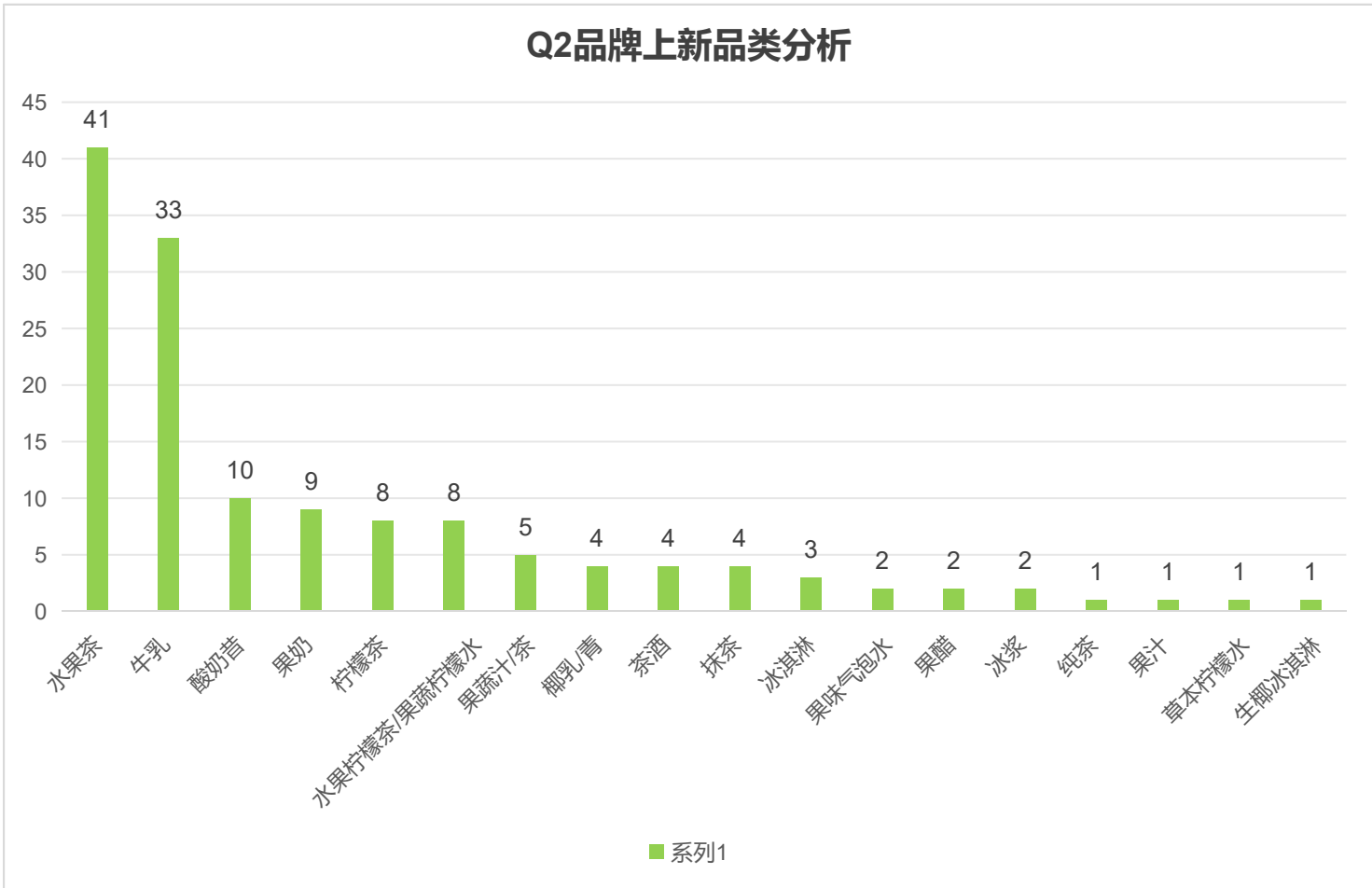
乌龙为基，香料入饮

Oolong-based, spices into the drink

茶饮类型分析



Q2品牌上新品类分析



1、总数上升，品类创新： Q2共上新139款新品，相比Q1多了40款，品类上出现了**果醋、冰浆、水果柠檬茶、果味气泡水**等创新品类。

2、以水果茶为主： Q2正式步入夏季，茶饮市场主要以**冰爽果茶**为主打，占比**29.5%**，而常居榜首的牛乳茶位列第二，占比**23.74%**。

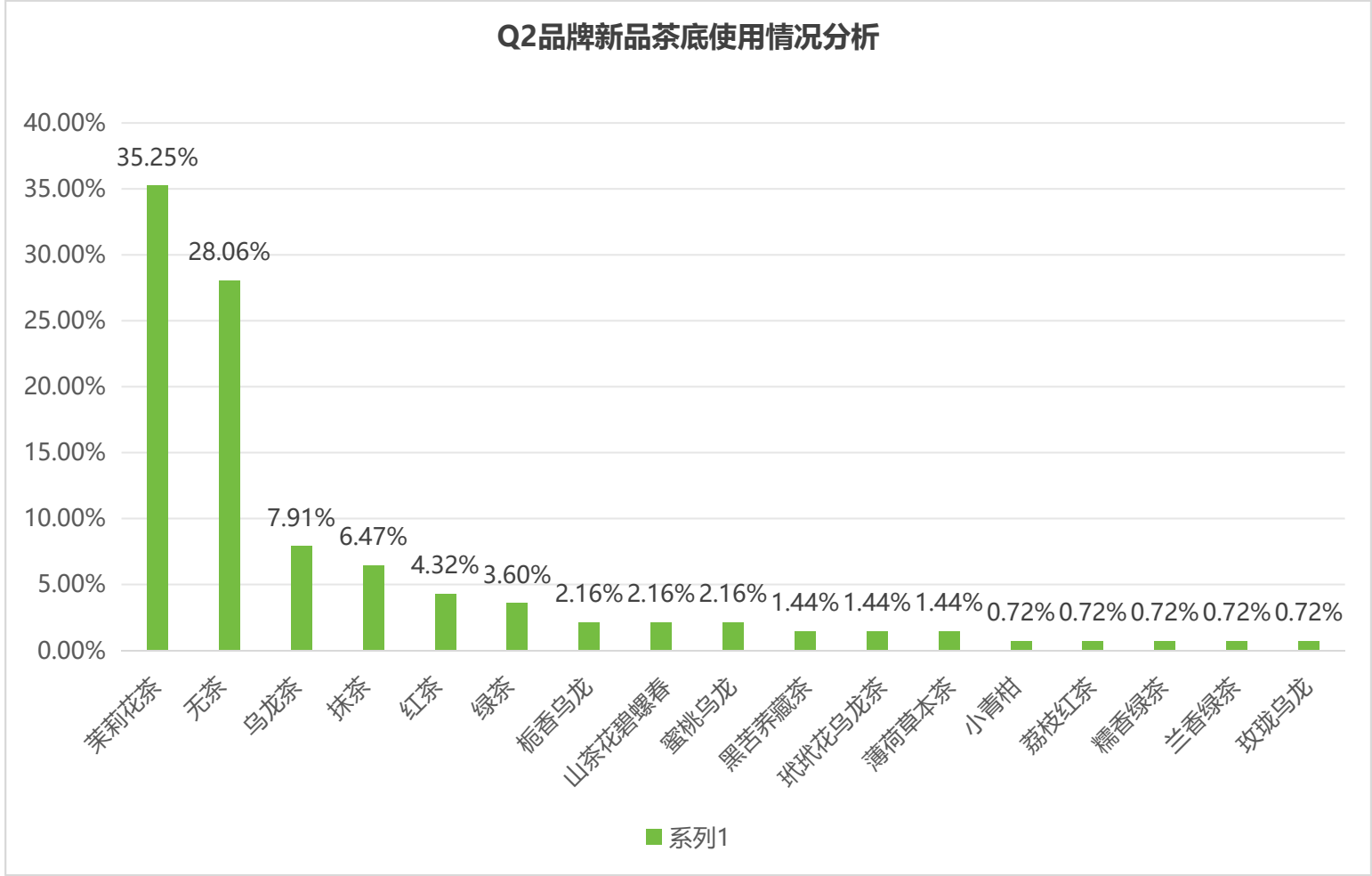
3、酸奶昔取代柠檬茶： 从数据图表来看，**Q2季度**酸奶昔代替了昔日柠檬茶第三的地位，本季度商家们纷纷在品类上大胆创新。

4、创新品类，寻找增长： Q2季度出现了**生椰+冰淇淋、薄荷+柠檬水、果醋**等创新品类，从原始轻乳、果茶中跳脱出来，寻找茶饮新增长。

茶底使用分析



Q2品牌新品茶底使用情况分析



1、有茶产品为主： Q2季度饮品以有茶饮品为主，占比72%，无茶饮品占比28%，不过无茶饮品的占比相较Q1有所上升。

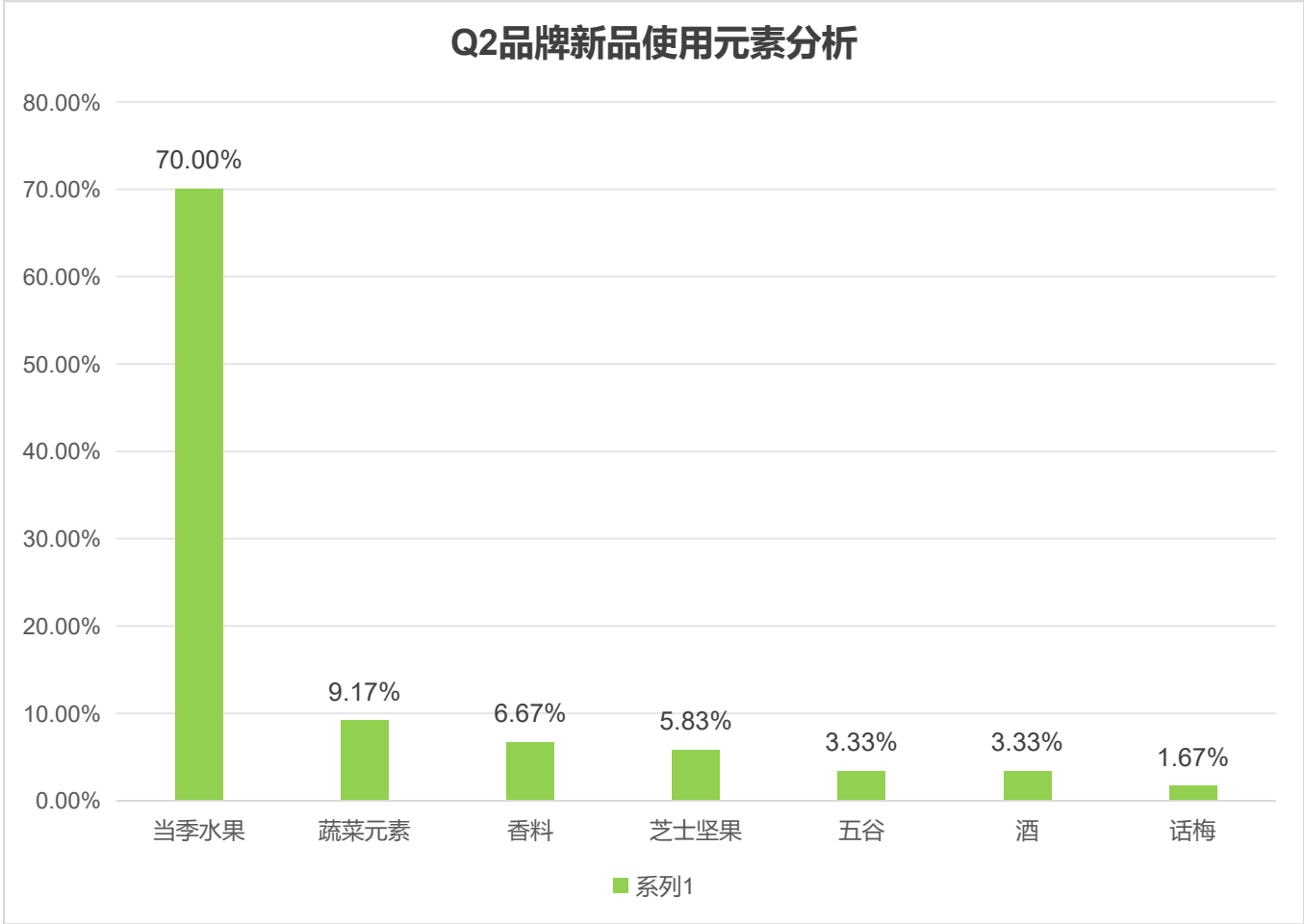
2、调味茶与茉莉花茶为主： Q2茶底以茉莉花茶与调味茶为主，其中茉莉花茶位居第一，占比35.25%，而类似栀香乌龙、山茶花乌龙、蜜桃乌龙、兰香乌龙等调味茶占比14.38%，可见茶饮品牌对于传统茶类的香气创新需求还是很大的。

3、调味乌龙使用频率提升： 可以看出Q2出现了栀香乌龙、蜜桃乌龙、玳玳花乌龙、玫瑰乌龙，以乌龙茶为基，通过花香/果香的加入进行茶底的创新。可见品牌对于调味乌龙的多变性提出了更多的要求。

使用元素分析



Q2品牌新品使用元素分析



1、当季水果为主： Q2使用元素以当季水果为主，占比高居70%；主要包含**杨梅、木瓜、桃李、芒果、黄皮、牛油果、柠檬、荔枝、蜜瓜、桃子、奇异果、苹果**。其中**杨梅、黄皮、荔枝**为**Q2热门水果**。

2、香料进入茶饮赛道： Q2季度出现了香料元素入茶的现象，主要香料有**木姜子、紫苏**，它们的加入营造的新奇风味，颇受消费者喜爱。

3、元素使用或出现逆转： 由表可见，去年大热的**蔬菜元素**有所下降，而**芝士坚果、五谷**等元素却有所上升，例如**绿豆、燕麦、碧根果、开心果**等，可见品牌们在找寻创新元素的加入，寻求增长，而**五谷和坚果**很有潜力攀升。

营销动作分析

1、联名急剧减少，专注产品本身： Q2季度十个品牌联名仅为16个，每个品牌平均不到2个，可见茶饮品牌在Q2更专注于茶底、元素、搭配等的挖掘，对于联名的热情与去年Q2相比大幅降低。

2、夏日营销，解暑清凉： Q2季度主要是对于清凉解暑的需求，例如黄皮、薄荷、西瓜等，延伸产品的推出，营造“酷热，喝这杯”的季节营销。

3、地域元素深挖： 喜茶挖掘贵州木姜子，云南酸木瓜、岭南黄皮，藏式酥油茶等地域元素，尤其是木姜子与酸木瓜的结合深受好评。其他品牌在Q2也继续保持对地域元素的深挖。



据公开报道，喜茶“木姜子滇木瓜”上架首日即售罄，部分门店单日销量突破5000杯。

茶饮价格分析

1、告别30元时代，11~20元定价成为主流

新式茶饮品牌基本告别30元时代，果茶价位在11-20元竞争最为激烈，**头部品牌价格大概在15-20元期间。**

2、牛乳茶集中在14~19元定价

虽然各大外卖品牌商战厮杀导致奶茶价格走低，但是牛乳茶的正常定价还是在14-19元之间，**而牛乳不仅是牛乳，水果、蔬菜、坚果等元素的加入，也为其增加了溢价。**

3、20元以上价值高地，取决于品牌溢价

20元以上定价的产品基本在头部品牌的创新新品中诞生，不仅是品牌溢价，新颖元素引发的“猎奇”以及适合程度才是价值高地的体现，**毕竟现在的消费者们更愿意为“口感、香气”买单，而不是单纯的营销。**

注：以上数据源于新茶饮工作室《2025年5月茶饮上新报告》。



多肉桃李(首创)

咖啡因绿灯 含茶

时夏芙蓉李+红皮黄油桃，应夏回归，自然成熟，不调香

¥17 ¥15 金喜价

选规格



荞麦龙井牛乳茶

咖啡因红灯 可做热饮

雪芽荞麦龙井+芝芝云顶，鲜「芽」作序，轻灵返场

¥19

选规格



2025年Q3新茶饮趋势预测

清凉营销，地域香料

Cool marketing, regional spices

趋势1：调味乌龙或成Q3主流，季节性“清凉感”茶底也不可少

1、调味乌龙茶攀升的潜力：从Q1-Q2的茶底情况来看，头部茶饮品牌对乌龙茶的喜爱只增不减，Q1的竹香乌龙、兰香乌龙，Q2的玳玳花乌龙、栀香乌龙、蜜桃乌龙等，成为Q2茶底的一大亮点，更有不少品牌将创新风味的乌龙茶底作为打造品牌特定爆款的独特茶底，因此可以预估接下来的Q3，花果香风味的乌龙茶会得到更大程度的开发与使用。

2、仲夏营销，清凉茶底或成热门：Q3进入仲夏，一年之中最令人难以忍受的酷热之下，品牌或许会从“清凉茶底”入手，例如薄荷乌龙、薄荷绿茶，金银花乌龙等，并且利用酷夏热门果香对茶底进行调味，例如葡萄绿茶、蜜瓜绿茶等茶底使用可能会更多一些。

3、茉莉花茶短时间内不会被取代：茉莉花茶作为新茶饮届的“元老”，其滋味与香气的高辨识度与消费者的高认知度的加持下，稳固了其大部分品牌“当家茶底”的地位，在Q3仍然可能是使用量Top1的茶底，短时间内很难被替代。

趋势2：不可小觑的“酸奶昔”

Q3季度各种各样的基底混搭可能仍然会创新不断，例如当季**水果、生椰青、牛乳、酸奶**与各种元素的随意组合搭配，形成风味独特的创新品类。

而从Q2的数据看来，**酸奶昔的健康功能与无咖啡因敏感性**，可能会得到更多消费者的青睐，成为继水果茶、牛乳茶之后，替代柠檬茶品类的“明星品类”，其潜力不可小觑。



趋势3：地域香料加入新茶饮赛道，火的不仅是木姜子

1、药食同源的香料或是下一个爆火元素：Q2木姜子的挖掘，特殊奇特的香气瞬间引爆消费者的热情，而Q3预计更多的香料**例如**适合三伏天吃的“岭南紫苏”，香味浓郁的“迷迭香”等具有“药食同源与地域标签”的香料，或许会成为下一个爆火的茶饮元素。

2、要养生，也要猎奇：对于健康的热情，人们只增不减，但是常规的“健康”已经无法满足消费者的胃口，最好有新奇的香气，闻所未闻的新玩意儿，还要对身体有好处，**不仅是香料，也可能是十分猎奇的地域水果**，类似滇酸木瓜之类的，例如潮州老香黄、广西酸嘢等产品或许会得到挖掘。



趋势4：品牌联名、营销骤减，从前靠“联名”爆单或成历史

从Q1与Q2的营销情况来看，各品牌均大幅砍掉了营销预算，从前无联名，不产品的现象已然不在，品牌将心力聚焦在风味的挖掘上，对于茶底的香气把握、元素的新颖独特要求更高。**预计Q3品牌的营销举措不会突然大幅飙升，会有一点，但不会太多。在日渐“冷静、精明”的消费者面前，从前靠“联名”爆单也许会成为历史。**



THANK YOU

总部·深圳
分部·上海/武汉/成都
工厂·东莞/福建

Head office Shenzhen
Branch Shanghai/Wuhan/Chengdu
Factory Dongguan/Fujian



骏茶家

深圳市意利投资控股有限公司
Shenzhen Yee Lee Investment Holdings Co., Ltd.



更多资讯 扫码关注