



茶饮受到更多消费者欢迎

麒麟大口茶消费者在街头拍照  
本版图片 都市时报全媒体记者 芮艺纹

# 从「金融普洱」到「快消茶饮」

云南茶产业消费观察

都市时报全媒体记者 吴双红

茶叶是云南的传统优势产业，而在几年前，经常会被联想到“大佬的生意”，炒普洱茶比炒股票还刺激。而今天，随着麒麟大口茶、霸王茶姬、上山喝茶、山野泡泡等一批产业新贵的亮相，云南茶饮开启了一个全新的消费时代。

## 从“茶金融”到“茶快消” 超1400家新茶饮在昆扎堆

以前，你提“喝茶”，人家问你：“收藏还是送礼？”

现在，你提“喝茶”，人家问你：“加柠檬还是加冰？”

回顾云南茶产业发展历程，可谓经历了一场价值认知的革命。曾经云南茶叶市场长期停留在传统品饮模式，甚至一度异化为金融工具。一段时间内，普洱茶市场乱象丛生，“金融茶”大行其道，茶叶偏离了其作为饮品的本质属性。转机出现在2008年，相关部门出手制定了《地理标志产品 普洱茶》标准，这一举措不仅成为行业规范发展的分水岭，也让普洱茶回归“能喝的本质”，茶叶消费慢慢回归理性。在这个过程中，一批新兴茶饮品牌应运而生，推动云南茶产业进入全新的发展阶段。

麒麟大口茶的创始人林森回忆说，作为一个土生土长的云南保山人，茶山、普洱对自己来说，都不陌生，自己也像父辈一样喝茶，直到2017年在广州第一次喝到喜茶后，才突然顿悟：“年轻人喝茶，为什么不能像喝可乐一样，大口干杯，爽就完事？”

于是，这一年，林森创办了“大口茶”。不是小口品茗，不是慢火温壶，而是一口闷下去，还能喝出“麒麟香”。

“现在就是小学生也都知

道点杯奶茶喝！”家住北辰财富中心的郑女士说，家门口八九百米商业街道，全开的是茶饮店，七八个品牌，店面更迭很快，但是无一例外新进来的店面依然是卖咖啡和茶饮的，一些新兴的茶饮店里，经常看到一排一排的小学生、中学生人手一杯奶茶，聚在一起。

记者从天眼查获悉，截至目前，全国现存从业、存续状态的茶饮相关企业超33.4万家。其中，云南省拥有茶饮相关企业1.1万余家，位列全国第11位；昆明和昭通是全省拥有茶饮最多的地区，各自拥有茶饮企业超1400家。

## “星巴克”还是“可口可乐” 茶饮品牌的多元化发展路径

2025年可谓云南茶饮的高光之年。

今年4月17日，从云南走出去的新茶饮企业，霸王茶姬（股票代码：CHA）正式在纳斯达克上市，成为首家登陆美股的中国新茶饮企业。5月，麒麟大口茶用云南的原材料做了一杯茶，获得了有“食品界奥斯卡”之称的蒙特金奖，成为首个获此殊荣的现制茶饮企业。

“今年可以说是我们发展最快的一年，先后在杭州、南京、重庆、郑州、西安等城市的核心商圈，开了不少门店，几乎家家火爆。”林森介绍说，目前，麒麟大口茶在全国有200多家门店，甚至有计划去迪拜 mall 开出自己的第一家跨国茶饮店。

“十多年前，就有云南的企业将目光瞄准过茶饮，提出过要做茶中‘星巴克’的模式，和现在的霸王茶姬模式比较像。”普洱茶行业一名资深观察者表示，当前，云南茶饮市场呈现出多元化的发展格局。以霸王茶

姬为代表的品牌走的是“茶饮星巴克”路线，注重空间体验和品牌调性；麒麟大口茶则选择了“茶饮可口可乐”的定位，还有一些品牌在茶饮口味上做出了创新，比如木姜子柠檬茶、牛肝菌普洱等口味。

基于自身定位，林森表示，麒麟大口茶未来不排除布局商超渠道的战略计划。

值得注意的是，目前这些不同发展路径的品牌都保持着良好的发展态势。按照霸王茶姬官网数据，其全球门店数量已突破6000家，成为云南茶饮出海的标杆；而麒麟大口茶也在全国范围内持续快速扩张。

## 内卷之王的创新驱动 一杯云南茶的上百个细节

15元/杯，在茶饮行业算是偏高的价格了。林森坦言，云南的食材一直备受市场欢迎，因为食材大多来自现制。“为了控本和产品品质的稳定性，我们在大理、瑞丽、玉溪、广东恩平建了4个柠檬基地，所有的柠檬必须选当中最大最饱满的，包括我们的茶叶也有同样的要求，才能达到现在的香气。”

现在的茶饮行业很卷，云南茶饮也不例外。不论大学生客群还是年轻白领，一线城市热门商圈还是四五线城市，产品都是围绕市场细分来做的。林森认为，大口茶的现制成本就决定了没办法走低价格路线，所以很多门店开在城市热门商圈，也因此更注重细节的创新。

手拿最新出炉的“鎏金麒麟杯”，林森介绍说，这款杯盖是“穹顶”设计，是最新研发的锁香杯，开盖后的这些气孔，其实是为了闻香，让城市居民第一时间去感受到柠檬带来的千里之外大自然的清香。

让喝茶变得很酷！林森说：“我们只做一杯茶，希望为这杯茶做到1万个细节，现在才做到100多个细节。”

这大概就是传说中的“一杯茶里的内卷之王”。

## 挑战与思考 打造世界茶饮“风味新大陆”

想象一下，中东土豪一手撸豹子，一手举着麒麟大口茶。这画面，莫名有点带感。

200多家门店离开足999家门店还有距离，计划着去迪拜 mall 开店的林森说：“云南茶饮，应成为世界的‘风味新大陆’。”

一年消耗2000万颗柠檬，对麒麟大口茶而言只是一个起点。依托云南丰富的生物多样性资源，以及日益获得认可的高品质食材认证，越来越多的云南茶饮品牌正迎来突破性发展，茶饮从云南走向世界，已不再是愿景，而是真切发生的产业现实。

“我们希望通过一杯茶，让世界尝到云南的香，感受中国味道的创新。”林森兴奋地说道。随着国潮消费的兴起与健康意识的不断增强，云南茶饮正迎来前所未有的发展机遇。一方面，消费者越来越青睐具有文化内涵与地域特色的品牌；另一方面，“养生茶饮”等新趋势也为产品创新打开了更广阔的空间。

高参品牌战略咨询公司创始人徐向良指出，云南茶饮正在经历从产品到品牌、从区域到全国、从国内到国际的三级跳。在这个过程中，政府支持、企业创新和市场需求形成了良性互动，共同推动着产业向前发展。

从“金融普洱”到“快消茶饮”，云南茶产业完成了价值的回归与重塑。在这个总量超过千亿的市场中，云南茶饮正在书写属于自己的产业传奇。随着“云南茶饮年”的到来，这片古老茶区正在焕发新的生机，向世界展示着云茶产业的创新与活力。

根据灼识咨询数据，中国现制茶饮行业在2023年至2028年间会以复合增长率19.7%高速增长，至2028年市场规模有望超过5000亿元。

