

重庆咖啡奶茶品牌如何“出圈”

民生观察

■新重庆-重庆日报首席记者 杨骏
实习生 黄诗琪

8月7日,立秋,重庆工商大学(南岸校区)对面一排排咖啡店、奶茶店门口挤满了外卖骑手。

“还没开门就有几十杯‘预购订单’。”一家奶茶店的工作人员介绍,随着“秋天第一杯奶茶”的流行,近几年立秋这天基本都是“爆单”状态,她家店最忙的时候有近100杯奶茶是“待制作”状态。

美团外卖数据显示,今年立秋,全国至少有25万家饮品门店参加“秋天第一杯奶茶”新产品和爆款单品的发售活动,成为一年一度的“狂欢日”。

戴德梁行方面介绍,我国咖啡产业产值在2024年时已达到3133亿元,年复合增长率超过23%。中研普华产业院发布的《2024—2029年中国奶茶市场深度调查研究报告》显示,预计2025年,我国奶茶市场规模将逼近2500亿元。

面对如此庞大的消费市场,重庆的际遇却是喜忧参半。

重庆咖啡、奶茶消费能级高

去年12月29日,川渝主流媒体团在渝中区探访时,四川媒体成员发现了一个让他们有些惊讶的情况——解放碑核心区域随处可见知名奶茶品牌“茶颜悦色”的门店。

“‘茶颜悦色’不只是在湖南开吗?”一位成员对此很疑惑。

“我们和‘茶颜悦色’有合作,重庆现在算得上它在全国的第二个‘大本营’。”解放碑中央商务区管委会相关负责人表示。听此,不少四川媒体成员纷纷表示要买一杯,不然回去就喝不到了。

“茶颜悦色”落地重庆渝中,其背后的逻辑不难理解:一来,重庆是全国旅游热门城市,渝中区则是重庆旅游必到之地,游客数量多;二来,重庆是西部唯一入选国际消费中心城市的城市,奶茶消费水平在全国都排得上号。

餐饮门店数据查询平台“窄门餐眼”数据显示,截至2024年11月,重庆奶茶门店数量近7000家,位居全国第7,中西部第二。重庆某奶茶品牌负责人透露,全市所有奶茶门店年销售总额在600亿元以上。

“奶茶、咖啡不分家。”重庆某咖啡



重庆本土品牌「李若桃」手作酸奶受追捧。(受访者供图)

品牌负责人介绍,这两类饮品的消费人群高度重合,且大部分品牌都会同时推出奶茶和咖啡产品。因此,一个区域奶茶市场的好坏,也能判断咖啡市场的兴衰。

戴德梁行调查数据显示,2024年,重庆有咖啡门店3265家,数量位居全国前十。在连锁化率上,重庆咖啡门店连锁化率约31%,远高于18%的全国平均水平,显示出较高的产业成熟度。同时,2023年,我市人均消费咖啡为17杯,超过全国平均的16.74杯。

渝中区是我市咖啡店密度最高的区域,该区现有700余家特色咖啡店,数量占全市的1/5,特别是解放碑—朝天门区域的咖啡店密度,在全国也处于领先地位。值得一提的是,渝中区人均咖啡消费已达28杯,远高于全市平均水平。

“重庆虽然不产咖啡豆,却有咖啡产业。”市商务委相关负责人表示,重庆已连续十年举办国际咖啡节,正加速构建全链条咖啡产业生态圈。例如,在今年4月举行的2025年重庆国际咖啡采洽会上,“一带一路”共建国家咖啡生豆产地贸易商、咖啡机具厂商等代表现场签约各类订单金额超过5000万元。

重庆品牌没能发挥出“主场优势”

今年4月,解放碑举行了第10届重庆国际咖啡节,约70家咖啡品牌现场进行了产品展示。然而,作为东道主的重庆,却未能发挥出“主场优势”:仅有10余家本地咖啡品牌参加活动,数量不到参展品牌的三分之一。

“我们前期其实动员了很多本土品牌,但他们都不怎么愿意参加。”渝中区商务委相关负责人介绍,很多品牌都觉得自己“名气”还不够,不足以跟知名品牌同台竞技,“重庆咖啡品牌本来也不

多,整体实力还是有待提升。”

重庆奶茶品牌也面临着类似困局——在大型商圈,大多只能看到“蜜雪冰城”“霸王茶姬”“古茗”等非本土品牌,很少能看到重庆品牌,即使有,门店位置也不太好。

这折射出重庆在咖啡、奶茶领域的一个尴尬境地:虽然拥有巨大的消费市场,却几乎没有在全国叫得上号的本土品牌。

事实上,重庆还是诞生过不少连锁咖啡和奶茶品牌。例如,“奇丑的猴子咖啡”就曾在重庆多个知名商圈开店,也是重庆本地人认可的精品咖啡;又如,“豆吉汤圆奶茶”凭借特色汤圆奶茶,巅峰时曾在全市有100多家门店,但這些品牌最终却泯然众人。

“单就产品力来说,重庆很多咖啡、奶茶品牌是不弱的。”重庆“One Bay”咖啡创始人、托斯卡那(重庆)供应链管理有限公司总经理杜攀表示,好的产品可以支撑他们在重庆立足,但想要提升品牌知名度,甚至走出重庆去外面“攻城拔寨”,仅靠企业“单打独斗”是不行的。

他以“茶颜悦色”为例:该品牌在长沙打出名气并获得游客认可后,政府部门果断出手支持其发展,例如帮其寻找投资方,在门店位置、租金等方面给予倾斜。如今,“茶颜悦色”的门店不仅遍布长沙,也成了长沙的一张城市标签。

杜攀建议,重庆市政府、相关职能部门以及区县,可以有意识地扶持1—2个咖啡、奶茶品牌,使其成为重庆美食新名片。

品牌既要“养大”还得“留住”

区县,特别是拥有大流量商圈的区县,是培育打造本土咖啡、奶茶品牌

最合适的载体。渝中区便是“吃螃蟹”的区县之一。

“今年‘新加坡·重庆周’期间,‘One Bay’咖啡作为重庆美食之一在狮城亮相,受到一致好评。”渝中区相关负责人回忆,其咖啡产品摆出来不到半个小时就被抢光,不少当地居民都认为味道完全不输星巴克等国际大牌。

也是因为看重其潜力,渝中区希望把“One Bay”作为重点培育品牌,借助解放碑等商圈的人流,扩大其品牌认知度和影响力,同时将在门店、租金等方面给予其一定的支持。

除了“One Bay”,渝中区还看上了最近爆火的本土饮品品牌“李若桃”。该品牌成立于去年,凭借手作酸奶在饮品圈杀出重围,目前已在市开设了60多家门店,单店销量和互联网评分都位居前列。

“我们采取的打法,跟‘霸王茶姬’‘茶颜悦色’类似。”“李若桃”负责人兰猛介绍,现在奶茶等新饮品赛道很“卷”,必须在初创期就集中曝光以起到迅速提升知名度的效果。目前,“李若桃”的门店已覆盖全市主要打卡点,且在解放碑、观音桥等人流量大的区域还有多家门店,加上产品口味好,迅速抓住了年轻消费者。

值得一提的是,“李若桃”已开始在全国布局,在成都、西安、杭州、青岛等地的核心区开设门店,销量和口碑都不错。“我在茶饮这个领域做了十多年,一直憋着一口气,就是希望能有重庆的品牌在全国打响知名度!”兰猛说。

“如果只是卖奶茶、咖啡等产品,其实不赚钱。”重庆奶茶品牌“初茶花月”相关负责人表示,抛开租金、人工、材料等成本,利润并不高。因此,现在很多品牌都要通过在门店售卖其他产品来提高收益,例如“霸王茶姬”卖周边,“茶颜悦色”出售文创等。

目前,重庆本土品牌已经意识到这点。例如,“One Bay”咖啡推出了老鹰茶拿铁、山茶花美式等产品,不仅有重庆口味,还能同步宣传重庆文化,甚至助力重庆农产品销售。

重庆某本土饮品品牌负责人提醒,重庆不仅要培育壮大本土咖啡、奶茶品牌,更要在其成功后把它留住。例如,“霸王茶姬”诞生于云南,最后却将总部迁至成都;又如,重庆发现的“一只酸奶牛”已被新希望集团收购,重庆元素已非常弱。

该负责人说,重庆既要把“One Bay”“李若桃”等品牌培育起来,更要把它们的根留在重庆。

黔江区新华小学体育教师严静:

让中国跳绳扬名世界

“中国好人”候选人 重庆建议人选

■新重庆-重庆日报记者 周松

“我现在的目标就是带领运动员突破我们曾在2018年世锦赛上创下的世界团体总分第一的辉煌,让世界见证中国运动员的风采。”8月15日,在接受采访时,黔江区新华小学体育教师严静如是说。

从事教育事业26年、教授跳绳技巧13年,严静培养了20多位世界冠军和近百名优秀队员。这些队员打破3项亚洲纪录、2项世界纪录,在多项国际赛事中斩获金牌近20枚,在全国大赛中获得奖牌总数超过220枚,让中国跳绳扬名世界。

1998年大学毕业后,严静进入黔江区新华小学成为一名体育教师。2012年8月,他被区体育局抽调到市里培训花样跳绳项目。从那时起,他便对跳绳项目产生浓厚兴趣。当年秋季开学,他在校方支持下成立了一支100多人的跳绳队。

在实际教学与带队参赛中,严静发现,跳绳远没有想象中那么简单。

“绳按材质可分为棉绳、胶绳、竹节绳、钢丝绳,跳法也分个人花样、同步花样、交互绳花样、车轮花样等。”严静介绍,不同的花样应用不同材质的绳,训练跳法也与其他专业队伍有很大差异。

因此,他开始定制专业跳绳,研究力学与人体学等专业知识,反复观看跳绳比赛视频,并多方请教学习。多次实践和总结后,他发现通过缩短绳的半径,采用屈体跳方式,对提高成绩和强身健体更为有利。

经过近一年时间的反复摸索和改进,他成功发明“严式单摇速跳技术”,



严静带着队员们出发参加二〇二五年在日本举行的世界跳绳锦标赛。(受访者供图)

被业界称为“严式速跳法”。从2014年至今,“严式单摇速跳技术”多次在国内国际赛事上亮相,让中国速跳领先世界。

为了不耽误日常学习,跳绳队的训练时间一般安排在早上开课前2小时和放学后1小时,风雨无阻。严静对队员要求非常严格,对队员的每一个动作都力求精准,发现任何一个可能出现失误的小问题,都会引导他们反复练习、提升。2023年寒假,跳绳队只休息了5天,大年初三就回到学校训练;2024年暑假,跳绳队更是几乎无休;从亚锦赛比赛归来后,队员们只休整了3天,便归队训练……13年来,严静带着跳绳队将训练变成了日常。

不仅带着队员练,晚上,严静常常一个人关起门来观看孩子们比赛的视频回放,不断复盘细抠每一个动作细节。

在日常教学中,他也时刻不忘作为教师的使命,坚持将“教”与“育”相结合,根据学生个性化差异,因材施教,让大家展现各自风采。此外,他还改编普及“黔江土家摆手舞”,让课间绳操成为学校一道亮丽的风景。

暖 重庆3位医生自掏腰包 请患者吃火锅

本报讯(新重庆-重庆日报记者 李周芳)“重庆天气热情、人热情,火锅也是火辣辣的。”8月15日中午11点半,在重庆南岸区迎龙镇卫生院食堂内,热气腾腾的火锅香气四溢,头戴金属环、身连牵引杆,来自河南周口的韩女士直着脖子,接过家人夹来的毛肚边吃边感慨。当天,包括韩女士在内的近30名患者及家属吃上了一顿地道的重庆火锅,自掏腰包请客的,是重医附二院骨科的3名医生。

当天,食堂内4张桌子坐得满满当当,很多“客人”都坐得“端端正正”。只见他们头上和骨盆上各戴着一个金属环,4根金属杆将两个环稳稳连接,像支架一样撑起他们的上半身。由于行动不便,一旁的家人帮他们把菜烫好放到碗里。

席间,重医附二院骨科副主任楚磊、副主任医师赵登、主治医师张钟举杯为患者们送上祝福:“越过这道坎,人生皆坦途。”

楚磊介绍,这些都是该院接诊的重度或极重度脊柱侧弯畸形患者,他们戴着的金属医疗器械叫“头盆环牵引”。

“该器械通过缓慢牵引,可以改善患者的脊柱侧弯畸形。”楚磊介绍,为减轻患者负担,合理利用医疗资源,患者会先在重医附二院安装头盆环牵引,待病情稳定后转到医院对口的迎龙镇卫生院进行恢复,等待手术。重医附二院

的医生会每周两次上门检查,若有其他突发情况,也会及时上门。

为啥会请患者及家属吃火锅?“患者长期住院,身心都可能会产生压抑感。平时我们也会组织一些活动,比如陪他们爬楼锻炼、在生日时送祝福等。”楚磊介绍,两周前,他到迎龙镇卫生院查房时,偶然问起大家有什么心愿,一名患者小声说:“来重庆半个多月了,想吃一顿正宗重庆火锅。”

这个回答让楚磊愣了一下:“这些患者来自全国各地,很多人是第一次来重庆,每天吃的大多是医院食堂提供的营养餐,没尝过重庆火锅,难免遗憾。”他和赵登、张钟商量后,决定自掏腰包帮他们圆梦。

赵登介绍,考虑到患者外出就餐不便,他们和卫生院食堂协商,安排患者在该食堂就餐;考虑到患者病情和口味不一,他们还准备了不同的火锅汤底。

来自河南的患者刘美(化名)吃着吃着火锅,眼眶就红了。她患病后,80岁的母亲专程从河南来重庆陪护,母亲脚疼时,医护人员还会主动帮忙按摩、治疗。“还有位病友,牵引时出现神经症状,半夜给医生打电话,医生连夜就赶了过来。”一旁的韩女士说。

聚餐结束后,患者们对3位医生十分感激:“患了这个病,我们是不幸的,但遇到你们,我们又是幸运的,谢谢你们!”

北碚:学习防溺水知识 快乐安全度暑期

8月14日,北碚区水土街道和悦家园社区,孩子们在老师指导下学习防溺水知识。

当日,北碚区水土街道和悦家园社区举行防溺水小课堂活动,老师通过“实景模拟+互动体验”的方式,向社区学生们宣传防溺水、溺水自救等安全常识,确保孩子们安全快乐度暑期。

特约摄影 秦廷富 通讯员 黄鑫
摄影报道/视觉重庆



重庆高新区 创新三项“1+1”机制推动垃圾分类提质增效

近年来,重庆高新区深入推进生活垃圾分类工作,创新实施三项“1+1”工作机制,推动垃圾分类实现从理念到行动、从被动到主动、从痛点到亮点的转变。如今,辖区居民参与热情高涨,居住环境愈发整洁,垃圾分类成为基层治理的亮丽名片,为美好生活增添了绿色底色。

构建“场景融入+激励驱动” 引导机制,让分类理念从墙上贴 变心里记

走进虎溪街道富力城新壹站小区,草坪内,四个形象可爱的吉祥物站成一行,以卡通形式科普垃圾分类知识;过道旁,一家三口剪影搭配的垃圾分类标准格外醒目,强化了垃圾分类全家参与的意识……

通过升级投放设施、布局融合环境的宣传小品,“场景融入”不但使小区环境更美观,也成为了居民散步时的“移动课堂”,赢得广大居民好评,营造了良好的垃圾分类氛围。

更获居民喜爱的,是垃圾分类积分兑换系统。该系统在高新区多个小区试点推广,居民上传家中垃圾分类照片或进入题库答题,经核验正确就能赚积分,可换纸巾、洗衣液等日用品。目前,系统注册居民户数达8617户,居民月均打卡次数超1万人次,月均答题正确量超5000人次,积分兑换次数累计达3919人次。

西永街道格莱美城小区的“红黑榜”也是居民热议的话题。每月根据居民分类行为、参与志愿活动等情况,公示10名红榜户、5名黑榜户。此外,该小区还有每两月一次的“物业接待日”活动,向小区居民收集垃圾分类、环境卫生等相关工作的意见,进一步推进垃圾分类共治共享。

推行“点位改造+科技赋能” 收运机制,让垃圾收运从痛点变 亮点

在龙湖U城9组团旁,曾经露天的垃圾桶暂存点如今被灌木环绕形成绿



志愿者向居民宣传垃圾分类知识

色围栏,成为了街角小景观。

而这变化的背后,是重庆高新区实施的垃圾收运接驳点升级改造计划,其中,“绿色改造”则将接驳点转化为了街角景观。“以前路过捂鼻子,现在清新的绿植围起来,看着很舒服,确实把事情

办到了我们心坎里。”居民李阿姨的话道出了周边群众的心声。

值得一提的是,为进一步健全生活垃圾收运管理体系,近期,重庆高新区印发《重庆高新区生活垃圾收运管理细则》,明确了收运环节各单位职责。在

制度保障的同时,建设并运行“高新区生活垃圾入站管理系统”。

该系统支持区级主管部门、镇街、转运站、清运单位多用户信息管理,以及入站申请、入站管理、违规上报等线上流程运转,实现了“入站车辆—清运单位—生活垃圾产生单位—所属镇街”全链路追溯。车辆脏污、未密闭、混装等问题能被自动识别,并随即上报,管理人员用手机小程序便能实时查看,督促清运单位整改。该系统以科技赋能,进一步提高了分类收运监管能效。

打造“社区阵地+联动授课” 宣教机制,让分类学习从被动听 变主动学

“蓝桶回收‘值钱货’,纸板玻璃莫搞错;绿桶是个‘大胃王’,剩菜剩饭全吃光……”在虎中社区垃圾分类宣教中心里,志愿者们正用趣味顺口溜宣讲垃圾分类知识,寓教于乐,引得居民笑声不断。

这里曾是闲置用房,如今成了热门打卡地。为破解垃圾分类知识记不住

的难题,重庆高新区盘活社区闲置用房,创新打造沉浸式互动体验的垃圾分类宣教中心,将知识传递转化为趣味参与。

据悉,该宣教中心构建学习区+互动区的双功能阵地,学习区展示垃圾分类投、收、运、处全流程,直观呈现资源回收再利用路径;互动区配备体感模拟、智能投篮系统等设施,居民通过肢体动作参与分类游戏,在沉浸式体验中深化认知。

“1+1+N”的联动授课机制更让知识“活”了起来:用好1个社区阵地开展“垃圾飞行棋”“分类接力赛”等互动活动;组织1支志愿队伍将垃圾分类标准转化为顺口溜和小故事,进行接地气的宣讲;发动N名群众参与学习互动,从“要我学”转为“我要学”。目前,该宣教中心月均接待群众超200人次。

“以前听讲座坐不住,现在玩着笑着就记住了。”居民周兴林高兴地说,垃圾分类知识已成为居民闲聊的新话题。

詹米璐 严梦莎

图片由重庆高新区城市建设事务中心提供