

# 外来“阿嬷”对垒本土“爷爷”，武汉究竟有何磁力

长江日报记者吴曦

4月底，火遍全国的阿嬷手作茶饮华中首店亮相武汉万象城；5月中旬，霸王茶姬全国首家博物馆主题店在武汉新天地街区开业；年初，泰柯茶园落地武商梦时代。近一年来，猿乐山、麒麟大茶、树夏等一批新茶饮品牌也密集落子武汉核心商圈，呈现群雄逐鹿之势。

新茶饮行业已告别快速扩张的时代。《2026新茶饮行业白皮书》显示，行业增速从2023年的19.3%下滑至2025年的6.45%，步入个位数增长阶段。在这样的行业背景下，武汉给出了不一样的答卷。壹览商业数据显示，今年2月和3月，武汉现制茶饮新开门店数量稳居全国前三。

武汉究竟有何磁力，吸引各路新茶饮品牌扎堆布局？



扫码看视频

## 外地客看中武汉的“年轻派”

走在武汉街头，茶饮店密度惊人。在江汉路商圈，通过团购平台检索发现，2公里内密集分布着90多家奶茶店，几乎走上三五步就有一家。这样的高密度，在光谷步行街、楚河汉街、街道口等商圈以及众多核心商业体同样存在。

数据显示，武汉现制茶饮门店超过2400家，位居全国第五。不仅如此，今年2月、3月，武汉还连续跻身全国新店前三，2月份更是拿了头名。武汉开店猛，关店也猛。2月闭店量进了全国前十。这意味着，茶饮品牌在武汉不是盲目铺摊子，而是在不断优化、淘汰低效门店、调整战略点位。

支撑这种深度博弈的，是武汉的“年轻浓度”与枢纽地位。“武汉年轻群体集中、消费活力旺盛，是新消费品牌布局的绝佳土壤。”奈雪的茶创始人彭心表示。作为全国大学生数量最多的城市，武汉拥有庞大的年轻消费群体。对新茶饮而言，年轻人是最核心的基本盘。2017年进入武汉市场以来，奈雪的茶在全省拓展了130家门店，其中大部分在武汉。

同时，九省通衢的交通优势与物流便利，则是品牌将武汉视为华中落点的硬核支撑。发达的高铁网与水陆空立体交通，让原材料能够以极低的物流成本、极高的周转效率快速流通。对于主打“新鲜”“手作”的新茶饮而言，供应链的响应速度直接决定了产品的口感与品质。

就像最近一段时间，朋友圈和社交平台上不少奶茶爱好者发出友情提示：“不提前一小时线上下单，真别想喝到。”慢工出细活的阿嬷手作选择武汉作为华中首站，看中的正是武汉能以庞大的年轻需求去承载“手作”的慢，以高效的物流去保障“手作”的快。

## 本土茶饮品牌不遑多让

外地品牌陈兵三镇，本土势力同样不容小觑。真茶屋便是典型。2018年，几位“90后”青年从湖南湘潭来到武汉创业，几经转型后于2021年创立该品牌，主打“0奶精，更健康”。仅3年，其在汉门店已破百。创始人之一刘波直言：“只有武汉，能包容我们一次次重来。”如今，它已成为游客必打卡的“武汉限定”。社交平台上关于真茶屋的推文密密麻麻——“听说，来武汉一定要喝真茶屋”“武汉限定，还怪好喝的嘞”……

另一家本土品牌爷爷不泡茶则跑出了加速度。在稳扎稳打数年之后，2024年迎来爆发，门店从不足300家激增至1500家，如今已形成覆盖全国30多个省市、近3000家门店的格局。

翻开“爷爷”的茶饮菜单，武汉茉莉、武汉元气蛋、咸宁桂花、荔枝冰酿、宜昌大橘等一个个极具湖北本土气息的名字十分抢眼。从结果看，将本地非遗和特色农产品与奶茶相结合，这一具备跨界属性的尝试获得了市场的认可。数据显示，截至本月，荔枝冰酿单品销量突破了8000万杯。

益禾堂更是“深藏功与名”。从2012年起源于武汉高校周边，到如今遍布国内300多座城市以及东南亚市场的8000多家门店，益禾堂无疑是国内新茶饮市场的核心“主力”之一。过去很长一段时间，许多人并不知道这是一家起源于武汉的品牌，往往误以为它来自广东或广西。经历十多年“开疆拓土”后，益禾堂近年来正加速回归，全球总部大楼预计将于今年投用。

## 从“一杯茶”到“一座城”

在行业增速放缓的当下，茶饮市场最深刻的变化，或许不是门店数量的增减，而是消费逻辑的改变。如今，消费者进店，也不单是为了那杯喝的。

戴德梁行发布的2026年第一季度武汉零售市场报告中指出，“情绪消费”和“悦己经济”正成为新的增长引擎。

在武汉，庞大的年轻群体买的不仅是一杯饮品，更是一段能发朋友圈的时光，一次与城市文化的情感共振。

位于咸安坊的“Lesimos”茶饮空间，因露台上一棵苦楝树在小红书上意外爆红；解放公园里的赫尔茶舍，凭借“梦核金鱼”场景成了网红打卡地；昙华林的“楚汉造物”则将文创、美术馆和“城咖咖啡”融为一体。

“95”后白领叶兰说：“好喝固然重要，能出片，更是锦上添花。”

敏锐的连锁品牌同样察觉到了这股潮流，纷纷在门店强化了设计感与文化互动：爷爷不泡茶、霸王茶姬与湖北省博物馆开展联名合作，将荆楚底蕴端上茶桌；益禾堂则与大量国漫、游戏IP开发联名产品。

这场茶饮品牌百花齐放的比拼，也是武汉消费活力的一个缩影。两年前，武汉就看准咖啡和茶饮赛道，出台针对性政策，加快打造国际消费中心城市。有了政策支持、年轻人热衷、品牌不断加入，武汉的奶茶“擂台”自然好戏连台。

不过，热闹之外，更长远的命题也随之浮现。武汉坐拥百万大学生，这是其他城市难以复制的消费底色。但问题在于：能否把这群年轻人的奶茶选择，沉淀为可感知、可延续的城市文化符号？能否让“在武汉喝茶”不只是一时冲动消费，而逐渐内化为一座城市的生活方式印记？这些问题的答案，或许比下一季度的新开店数据更值得期待。



阿嬷手作茶饮华中首店选址武汉万象城。

长江日报记者吴曦 摄



5月16日至20日，本土新茶饮爷爷不泡茶助力武汉“送你十朵栀子花”活动。



武汉茶饮品牌益禾堂加速布局马来西亚等东南亚市场，受到当地人追捧。资料图片

## 探访 尝鲜“阿嬷”，提前1小时下单

近日，一部投资小、全员素人出演的电影《给阿嬷的情书》火爆银幕，跨越半世纪守望侨胞的感人故事，唤醒了无数人内心深处的怀旧情绪。这股“阿嬷”热潮也从银幕延续到了武汉的商圈——4月底，源自广西的茶饮品牌“阿嬷手作”华中首店落地武汉万象城，受到武汉消费者追捧。

19日上午10时26分，长江日报记者在阿嬷手作的线上点单小程序上看到，开门营业不到半小时，小程序上就显示“前方164杯制作中”。走进店内，操作间内蒸汽氤氲，一派繁忙。

等待取餐的间隙，记者环顾四周，发现这间店有着别具一格的陈设：一方是武汉人再熟悉不过的煨汤钵子，另一侧则是镌刻着岁月痕迹的广西六堡茶砖。工作人员称，这别具一格的设计意在致敬武汉近代作为“东方茶港”的历史地位，促成荆楚码头文化与岭南茶文化的跨时空对话。

社交平台上，网友分享阿嬷手作武汉首店的打卡体验。网友“可盖大人”说：“太夸张了！10时开门，结果瞬间排单近400杯！一定要提前1小时下单。”结合线上实时排队数据推算，该门店开业以来，日均销量超过1000杯。

阿嬷手作以“手作健康饮品”立身，现熬黑糖、现打米麻薯、现煮芋头等手工艺，在追求效率的茶饮市场中显得尤为独特。

记者在点单小程序上注意到，阿嬷手作目前在售单价最贵的饮品为33元的“酒酿一米”，最便宜的是19元的罐装冷泡茶，大部分产品单价在23元至30元区间。尽管价格不菲，但消费者依然愿意为其承载的手工艺与文化体验买单。

(长江日报记者吴曦)

## 编后 从“茶饮擂台”到“漂亮饭”江湖，看见武汉消费新磁场

茶饮“顶流”齐聚武汉，表面是商圈的贴身肉搏，实则是这座城市消费能级与文化自信的双向奔赴。从阿嬷手作致敬“东方茶港”，到爷爷不泡茶深挖荆楚非遗，茶饮品牌敏锐捕捉到：在武汉，卖的不仅是饮品，更是一种在地文化的情感共鸣。

这种“为一杯茶奔赴一座城”的现象，正在武汉全域上演。今年以来，“武汉漂亮饭”“全国排队吃”成为社交媒体的高频词。当“三出山”“野果”“泥靴”等热门餐饮品牌在全国霸榜时，不少食客惊讶地发现：这些席卷全国的“排队王”，竟是地道的“武汉造”。

武汉的包容与活力，让外来品牌敢于在此验证“慢生意”，也让本土力量凭差异化强势突围。这股热潮表明，武汉正从单纯的消费市场，进阶为生活方式的输出地。当“过早”与“漂亮饭”相得益彰，当茶饮与美食共同出圈，武汉加快建设国际消费中心城市的底气，正变得愈发坚实。

(李咏)

## 520，武汉公交上演“双向奔赴的爱”

5月20日，因谐音“我爱你”而被赋予浪漫含义。这一天，武汉街头的公交车厢里，爱意不再是单向的付出，而是一场驾驶员与乘客之间温情的“双向奔赴”。

清晨，汉阳大道周湾首站，装扮一新的520路公交车刚一亮相，便引来乘客阵阵赞叹。粉色蝴蝶结缀满车头，爱心贴纸铺满内壁，“您让座，我温暖”“以爱筑路，温暖每段归途”等标语格外温馨。这条谐音“我爱你”的线路，十年来从未间断向乘客示爱。驾驶员赵云化身“传爱讲解师”，讲述十年暖心往事：“早年有驾驶员自掏腰包买卡片、送鲜花，现在关爱活动已成常态。”老乘客张阿姨感慨：“每年这时候都有惊喜，司机开车稳、服务细致，就跟家人一样亲。”“十年传爱，就是把乘客当家人。”线路负责人介绍，今年全线20台

车均精心布置，还特意邀请老乘客担任义务监督员，倾听出行诉求。车队还准备了199朵玫瑰和199张贺卡送给乘客。年轻乘客刘女士接过玫瑰笑道：“坐公交也能感受仪式感！”

同一天，1路车队推出“幸福号”公交“大花轿”，为市民打造独特浪漫告白场景。整车按新婚接亲标准装扮，凤冠霞帔，红轿满满，喜气洋洋。公交志愿者全程随车，贴心开展浪漫助攻服务，为每一对上车情侣送上娇艳红玫瑰与创意表白便利贴，让平凡出行之旅洋溢甜蜜温情。车辆穿行街巷，沿线不少老年乘客纷纷上车“沾喜气”，手持玫瑰拍照留念。“每年这时候都有惊喜，司机开车稳、服务细致，就跟家人一样亲。”“十年传爱，就是把乘客当家人。”线路负责人介绍，今年全线20台

情侣与婚车合影，工作人员送上专属优惠券，将公交祝福延续到生活喜事中。

从520路的十年一日，到1路车的创意大花轿，这场爱的流动从来不是单向的。驾驶员用心装扮车厢，送上鲜花；乘客报以笑容、主动参与，甚至将公交婚车纳入人生计划——这便是最动人的“双向奔赴”。当关爱在车厢内外循环流动，公交车便不再只是交通工具，而成为连接人心的“流动爱心驿站”。这个520，最好的爱，是双向奔赴；最暖的城，是人人相拥。

(撰文:鲁娟 廖瑜 孙珊珊 黄丽俊 余利军 张望)



“情暖车厢”



1路“幸福号”公交化身“大花轿”，成街头流动浪漫打卡点。

### 遗失声明

湖北三弘投资控股有限公司(统一社会信用代码:914201115945232387)不慎遗失公司章程、法人章、财务专用章各一枚。自本声明发布之日起,上述印章所发生的一切法律责任与本公司无关。现郑重声明该印章作废。

### 遗失声明

武汉久之春保洁服务有限公司遗失公章一枚,声明作废。

公告、声明刊登热线:15072475507