



# 蜜雪冰城

## 2元奶茶帝国的商业模式分析

基于22,000+门店实际数据的深度研究

# 企业概况:反直觉的商业奇迹

22000+

全球门店

覆盖全球的连锁网络

1300万

日销售量

每天服务的顾客杯数

65亿

年营收

超过65亿元人民币

2-4元

产品定价

2元柠檬水到4元奶茶

核心问题:为什么"最便宜"反而"最赚钱"?探索蜜雪冰城反直觉的商业逻辑

# 数据分析基础

## 研究样本

本研究基于1,000家门店的实际运营数据,分析9个关键业务指标,揭示蜜雪冰城商业模式的底层逻辑。

通过相关性分析和多元线性回归建模,我们发现了驱动盈利的核心要素及其相互关系。

( )

### 数据收集

1,000家门店运营数据

( [

### 相关性分析

识别关键商业要素

( {

### 回归建模

量化盈利驱动因素

( }

### 商业洞察

提炼战略启示



# 强相关关系:规模化的力量



## 选址与成本

相关系数:-0.581

学校周边选址策略有效降低租金成本,  
实现成本优势



## 密度与品牌

相关系数:0.828

高密度布局显著提升品牌影响力,形成  
区域垄断优势



## 密度与供应链

相关系数:0.609

规模化布局促进供应链协同效应,降低运营成本

# 低价高量:核心商业逻辑验证

## 价格与销量的平衡艺术

数据显示客单价与日销量呈**中等负相关**( $r=-0.406$ ),验证了"低价高量"的核心逻辑。

同时,日销量与月净利润呈**中等正相关**( $r=0.415$ ),证明销量是盈利的关键驱动因素。

这种反直觉的定价策略,通过牺牲单价换取销量,最终实现更高的总利润。



### 降低客单价

2-4元超低定价策略

### 提升销售量

日均1300万杯销量

### 实现高利润

年营收超65亿元

# 多元回归模型：盈利公式解密

## □ 回归方程

月净利润 = -4.714 + 0.711×客单价 + 4.823×选址类型 + 0.052×门店面积 + 1.367×门店密度 + 0.044×日销量 - 4.505×租金等级 + 4.554×供应链成熟度 + 1.683×品牌影响力



### 模型性能

- 决定系数  $R^2 = 0.5471$
- F统计量 = 149.66 ( $p < 0.001$ )
- 解释54.71%的盈利差异



### 高度显著变量

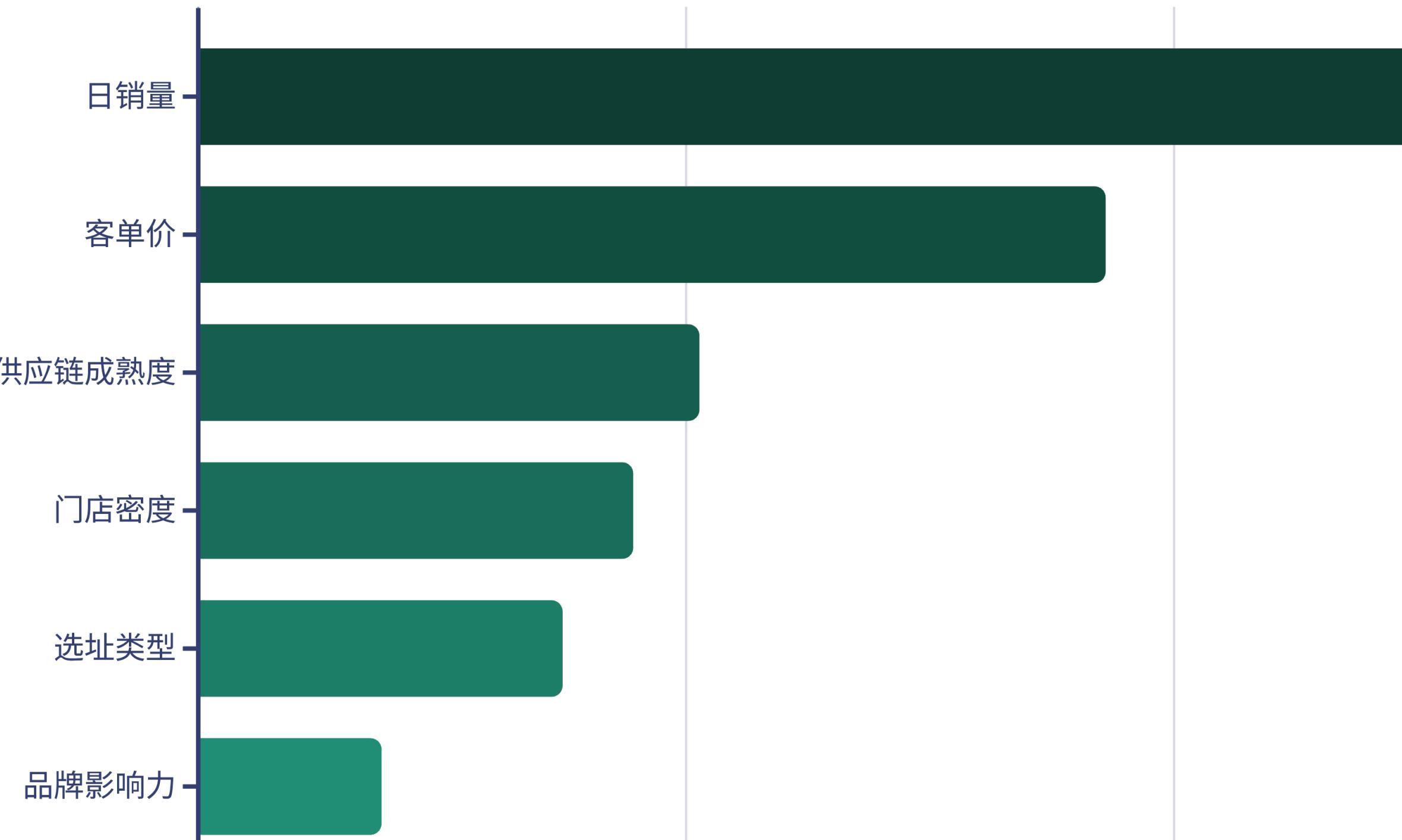
- 日销量 ( $t=20.44$ )
- 客单价 ( $t=15.72$ )
- 租金等级 ( $t=-8.47$ )
- 供应链成熟度 ( $t=7.61$ )



### 战略意义

- 量化各因素对盈利的影响
- 为决策提供数据支持
- 识别关键优化方向

# 变量重要性排序: 销量为王





# 成本控制与选址策略

## 租金成本控制

系数 **-4.505**

租金等级每提升1级,月净利润减少4.5万元

## 供应链价值

系数 **+4.554**

供应链每提升1级,月净利润增加4.6万元

1

2

3

4

## 学校周边选址

系数 **+4.823**

学校周边选址可提升月净利润4.8万元

## 密度化布局

系数 **+1.367**

门店密度提升有助于盈利能力

数据揭示了蜜雪冰城的核心竞争优势:通过避开高租金区域、精准定位学校周边、自建供应链体系和密集布局策略,构建了难以复制的成本优势。

# 商业模式成功要素总结



## 精准客群定位

学校周边选址,覆盖价格敏感型消费者



## 成本控制体系

租金控制与自建供应链降低运营成本



## 规模化运营

高密度布局产生品牌聚集效应



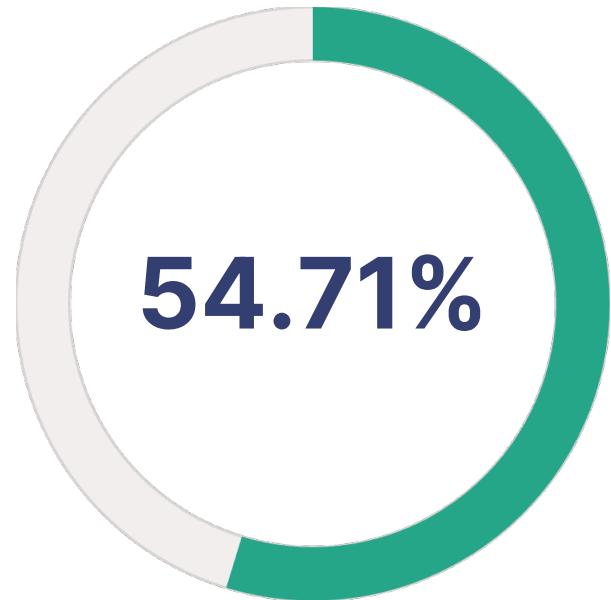
## 平衡定价策略

在价格与销量间找到最优平衡点

## 对传统餐饮业的启示

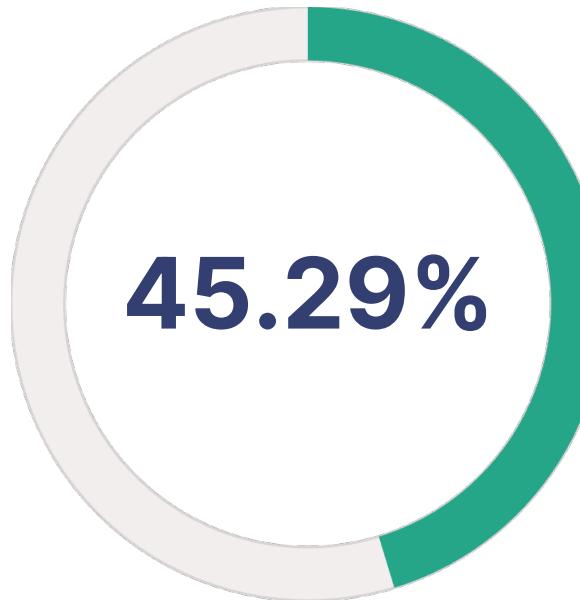
1. **重新审视定价策略:**不是越贵越赚钱,关键在于找到价格-销量的最优平衡点
2. **选址策略差异化:**避开"兵家必争之地",寻找被忽视的优质区域
3. **供应链长期价值:**自建供应链虽然前期投入大,但长期价值显著
4. **规模化协同效应:**密集布局不仅提升便民性,更能产生品牌聚集效应

# 模型局限性与改进方向



已解释变异

模型捕获的盈利差异



未解释变异

仍需探索的影响因素

## 可能的遗漏变量

- 竞争环境因素与市场饱和度
- 区域经济水平与消费能力
- 季节性波动与天气影响
- 营销活动效果与品牌认知

## 模型改进建议

- 增加环境变量:竞争密度、区域GDP等
- 考虑非线性关系:部分变量可能存在阈值效应
- 时间序列分析:纳入季节性和趋势性因素
- 细分市场建模:不同区域类型需要不同模型