

用韧劲种下温暖的“甜蜜印记”

——记蜜城之恋创始人胡蝶

本报记者 王思恒

徐商人物志

XUSHANG
RENWU ZHI

徐州市发改委
徐州市工信局
徐州市工商联
徐州报业传媒集团
·联合主办·



在年轻人的生活里，一杯香甜的奶茶常常是治愈疲惫的良方。徐州本土奶茶品牌“蜜城之恋”的创始人——胡蝶，不仅在舌尖上品味着这份甜蜜，更将对奶茶的钟情化作了坚韧不拔、勇于开拓的创业动力。

9年来，她凭着一股不服输的韧劲，全身心投入到茶饮事业。从街角小店到品牌化运营，从产品研发到团队建设，她带领伙伴从一家十几平方米的小店，逐步发展成为覆盖18省、突破2000家门店的知名茶饮品牌，用一杯杯鲜果茶在消费者心中种下了温暖的“甜蜜印记”。

A 从街角小店到品牌萌芽

人生的际遇常常让人摸不着头脑。就像胡蝶从未想过，一次“相撞事件”会成为她人生轨迹的转折点。

故事起源于萧县街边的一家奶茶店，偶然间的一次“相撞”事件将两人之间的关系拉开了序幕。

“当时就觉得这个男生态度特别诚恳，让人心里踏实。”胡蝶笑着回忆，“刚好我那阵正琢磨着开家奶茶店，就常借着这事找他聊天。问问店里的进货渠道、用料有啥讲究，他每次都说得特别细致，一点不藏着掖着。”

那些围绕奶茶展开的对话，像一根根细密的线，悄悄拉近了两人之间的距离。不久后，他们便成了携手同行的恋人，步入了婚姻的殿堂，共同经营着这家十几平方米的小店。

B 在破局中找准方向

在茶饮迅速发展的时代，没有属于自己的亮点展示、准备不充分、定位不清晰、没有明确方向等问题都成为了蜜城之恋前进路上的阻碍。她没有放弃，而是全方位放空自己，寻找突破口，重新规划市场战略目标。

面对生死存亡的关头，蜜城之恋在2019年毅然踏上转型之路。

胡蝶决定避开一线城市的激烈竞争，重新组建团队进一步扩大规模，以高性价比鲜果茶的概念定位，以区域化布局打造品牌亮点，以“包装先行”的理念打响了第一枪。

C 让品牌扎根生长

在店铺快速发展的背后，是胡蝶对“成长”而非“扩张”的清醒认知。“品牌是长大的，而不是扩大的。”在她的经营理念里，开店速度固然重要，但她更希望每一家店能够经营好，顾客口碑好，这才是她更看重的。

产品是跟消费者最强的纽带。作为“产品首席体验官”，蜜城之恋的每一款新品，胡蝶都会参与。

每年胡蝶都会去原产地采摘原料。“原料的品质直接决定了饮品的口感，这是我们做鲜果茶的根基。”胡蝶说道，“哪怕是同一棵果树上摘下的果子，它的酸甜度都会有差异，对于顾客来说，就可能会有口感的差异。所以我必须到现场去筛选、把控，尽可能让每一批原料都保持在相近的品质水准，这是对顾客负责，也是对品牌负责。”

这种对于极致的追求也体现在快速的创新和升级上。为了让产品更加有辨识度，蜜城之恋还还为“爆款”定制了杯型。从杯身设计到视觉元素，都融入了年轻化、个性化的风格。

“就像这一杯‘超大杯鸭屎香柠檬茶’，只卖7元！”蜜城之恋再次以“包装先行”的理念，打造了这款全国首创大爆品。超大容量1000CC极具性价比，深受消费者的喜爱。在此之前，蜜城之恋同样还有两款全国首创爆款产品“西红柿鸡蛋汤”和“5L霸王桶”，它们凭借在包装上的独特创新，迅速火爆出圈。蜜城之恋也成为来徐州必打卡的潮流饮品之一。

在两人的齐心协力下，小店被打理得井井有条。生意越来越好，收入也很可观。于是他们开始考虑扩大经营，多维度打开市场，因此便萌生了开设分店的想法。

可这份冲劲没持续多久，就被现实泼了盆冷水。“没有足够的资金，没有专业的团队，一切都是徒劳。”胡蝶回忆道。

但这些问题并没有难倒她，反而激起了她身上那股不服输的韧劲。于是，她找来身边信得过的亲朋好友，向他们传递自己的经营思路。得到认可后，越来越多的人选择加入，一起投资、创业。

有了朋友的加持，蜜城之恋这颗幼苗破土而出，不到一年的时间，就从一家夫妻小店扩大到十余家门店。之后，更有了创立品牌的打算，经过长时间的市场调研，选择在徐州这座城市创立茶饮品牌“蜜城之恋”。

这一系列精准的调整迅速获得了市场的积极反馈，新形象与高性价比的产品组合受到消费者的一致好评，不仅让老顾客重新回归，更吸引了大量新粉丝，也让更多创业者看到了品牌的潜力，纷纷选择加入蜜城之恋的加盟体系。

“我们的团队也从十几人扩大到了五十人，蜜城之恋的门店数量从312家迅速增加至536家。”胡蝶说。

这些数字的增长，是转型成果最直接的体现，也让团队看到了希望的曙光。

“每每回顾那段历程，都觉得像是一场惊心动魄的战役。”胡蝶说，“那段在困境中挣扎、在转型中拼搏的日子，深深烙印在团队每个人的心中。”

除了对品质的追求，胡蝶还注重对品牌形象的塑造。“消费者在具体场景中，需要的是综合性的服务体验。”胡蝶认为，门店作为产品落地的核心载体和消费者接触品牌的主要场景，其空间设计自然成为品牌形象塑造的关键一环。

2022年，蜜城之恋再次升级门店4.0版本。整体采用蜜城之恋品牌橙色为基调，使用奶茶生产线的设计概念，在空间布局中融入了传送带式的卡座设计和IP城城，打造了蜜城之恋奶茶梦工厂。为消费者带来了全新的视觉享受。

空间的升级只是服务体验的一部分，真正能让品牌走进消费者心里的，是与他们面对面的真诚互动。

胡蝶还坚持巡店，在与消费者的面对面互动中倾听他们的声音，以此不断改进产品和服务。正是这份对品质的坚守、对体验的打磨和对消费者需求的重视，让蜜城之恋逐渐在消费者心中扎根。

多年的奋斗与打拼，胡蝶的身边也逐渐多了一个陪伴多年，并且不断成熟的团队。

在蜜城之恋，胡蝶喜欢和小伙伴聊天谈心。“‘蜜城之恋’没有员工，大家都是伙伴。”胡蝶笑着说，“我希望大家能像家人一样并肩作战，把这里当成共同的事业来守护。”

工作之余，胡蝶还特别鼓励员工进行再学习。“我们每年都会组织员工进行封闭式学习，让大家在提升专业能力的同时，更能凝聚起对这份事业的热爱与认同，一起把‘甜蜜’的事业做得更扎实。”

而用心经营团队、夯实事业根基的同时，胡蝶的这份热忱也延伸到了更广阔的天地。

举办降温公益送清凉活动和尊老敬老爱心公益活动、参加河南卫辉抗洪救灾……“我希望能尽己所能，将‘蜜城之恋’的甜蜜与温暖传递给更多人。”胡蝶说。

时至今日，蜜城之恋的门店覆盖了18个省份，足迹遍布58个城市，180个县（区），门店数量已经突破了2000家，总销量额达到4亿元。

心动魄的战役。”胡蝶说，“那段在困境中挣扎、在转型中拼搏的日子，深深烙印在团队每个人的心中。”

在她看来，支撑品牌穿越困境的核心力量，是心念、心识与心力，是对一样事物坚定的信心，是忍受孤寒困苦与失望也矢志不渝的决心，是无论遇见什么，都相信自己的愿望会达成，相信洞口那束微光外就是海阔天空。

时至今日，蜜城之恋的门店覆盖了18个省份，足迹遍布58个城市，180个县（区），门店数量已经突破了2000家，总销量额达到4亿元。

业的热爱与认同，一起把“甜蜜”的事业做得更扎实。”而用心经营团队、夯实事业根基的同时，胡蝶的这份热忱也延伸到了更广阔的天地。

举办降温公益送清凉活动和尊老敬老爱心公益活动、参加河南卫辉抗洪救灾……“我希望能尽己所能，将‘蜜城之恋’的甜蜜与温暖传递给更多人。”胡蝶说。

时至今日，蜜城之恋的门店覆盖了18个省份，足迹遍布58个城市，180个县（区），门店数量已经突破了2000家，总销量额达到4亿元。

业的热爱与认同，一起把“甜蜜”的事业做得更扎实。”而用心经营团队、夯实事业根基的同时，胡蝶的这份热忱也延伸到了更广阔的天地。

举办降温公益送清凉活动和尊老敬老爱心公益活动、参加河南卫辉抗洪救灾……“我希望能尽己所能，将‘蜜城之恋’的甜蜜与温暖传递给更多人。”胡蝶说。

时至今日，蜜城之恋的门店覆盖了18个省份，足迹遍布58个城市，180个县（区），门店数量已经突破了2000家，总销量额达到4亿元。

业的热爱与认同，一起把“甜蜜”的事业做得更扎实。”而用心经营团队、夯实事业根基的同时，胡蝶的这份热忱也延伸到了更广阔的天地。

举办降温公益送清凉活动和尊老敬老爱心公益活动、参加河南卫辉抗洪救灾……“我希望能尽己所能，将‘蜜城之恋’的甜蜜与温暖传递给更多人。”胡蝶说。

时至今日，蜜城之恋的门店覆盖了18个省份，足迹遍布58个城市，180个县（区），门店数量已经突破了2000家，总销量额达到4亿元。

- 徐商档案
- ◎姓名:胡蝶
 - ◎出生年月:1987年8月
 - ◎企业愿景:用一杯奶茶创造爱、传递爱,感恩社会,回馈社会,让更多人尝到蜜城之恋的甜蜜,让品牌在坚守与创新中持续成长。
 - ◎经营理念:愿一人喝千次,不愿千人喝一次
 - ◎企业主要成就:
 - 2023-2024年度中国餐饮金麒麟奖,年度最具创新人气品牌
 - 2024中国新茶饮红榜最佳投资品牌
 - 2024年度诚信文化建设示范企业
 - 荣获“最具商业价值品牌”奖
 - 荣获“百城万店数智化标杆品牌”称号
 - 荣获2025年度区域标杆品牌奖

从萧县街角的十几平方米小店到覆盖18省、突破2000家门店的茶饮品牌,蜜城之恋的崛起轨迹里,始终跳动着创始人胡蝶的初心与韧性。

胡蝶的创业故事,从一开始就带着烟火气的浪漫。这份情感底色让“蜜城之恋”的诞生自带温度——“蜜”是爱情本真,“城”是故土根系,“恋”是初心不改。当她趴在柜台上写下“分店计划”时,眼里的光不仅是对事业的憧憬,更是对“让更多人尝到甜蜜”的朴素执念。

2018年的转型之战,彰显出胡蝶的“定力”:不盲从一线城市的喧嚣,选择“农村包围城市”的下沉路径;不追逐虚高的溢价,锚定“高性价比鲜果茶”的核心定位。她深知品牌是长大的,不是扩大的,这种对“成长”的清醒认知,让蜜城之恋在狂奔中始终脚踏实地。

最难得的是,胡蝶将“温情”注入商业的通透。每年亲赴原产地选果,为的是让每颗果子的酸甜度尽可能一致;坚持巡店倾听顾客反馈,为的是让产品始终紧贴消费者的需求生长;把员工称作“伙伴”,组织封闭式学习凝聚共识,为的是让团队带着热爱而非功利做事。

在胡蝶的字典里,“恋”从不只是爱情的注脚,更是对事业的专注、对伙伴的信任、对顾客的诚意——这种将商业逻辑与人文温度平衡的智慧,让“蜜城之恋”跳出了冰冷的扩张游戏,成为有生命力的品牌。

如今的胡蝶,仍带着初创业时的热乎劲。她用超2000家门店证明,做生意不必丢掉温度,赚钱与传递美好相辅相成。

初心不改，做有温度的守护者

王思恒

▲蜜城之恋门店。

▲蜜城之恋创始人胡蝶。蜜城之恋供图



徐商人物志

XUSHANG
RENWU ZHI

致敬民企先锋 共鉴徐州力量

3月11日,我市召开深入学习贯彻习近平总书记重要讲话精神、促进民营经济高质量发展座谈会,为徐州民营经济的未来发展指明了方向,注入了强大的信心与动力。

为进一步贯彻落实会议精神,徐州市发改委、徐州市工信局、徐州市工商联、徐州报业传媒集团联合推出《徐商人物志》专栏,聚焦徐州民营企业群体,讲述奋斗故事,展现时代风采。

《徐商人物志》不仅是对徐州民营企业家的深情礼赞,更是对徐州民营经济高质量发展的有力见证。让我们一同走进《徐商人物志》,聆听他们的故事,汲取他们的力量,共同见证徐州民营经济的繁荣与进步,为徐州的城市品牌塑造添砖加瓦。

徐州市发改委 徐州市工商联
徐州市工信局 徐州报业传媒集团 联合推出

书法题写:张东明