



Open Access

Research Article

Received 27th February 2026,

Accepted 28th February 2026

MID:None

RUBBISH

Regarding her evasion and his pursuit, she can't escape even with wings: Analysis of the chase between Lucky Deer, Snow King and Zx Kun, as well as future predictions

她逃他追，她插翅难逃：幸运鹿，雪王和 zx 坤之间的追逐分析和未来预测

Jin Doudou^{1,*}, Congyou Ji¹, Lucky Lu¹, Ranyou Bao¹, Long Aotian¹ and Xiangchi Kaochuan²

¹Royal Frozen Dumplings Shop

²Pin Duoduo College

*sdsj@wyfn.edu.cn

Abstract

在当代消费主义的浪潮中，商业江湖的博弈从不缺乏戏剧性叙事，而幸运鹿（瑞幸咖啡）、雪王（蜜雪冰城）与 zx 坤（正新鸡排）三者上演的“追逐三部曲”，堪称下沉市场与城市商圈的年度荒诞大戏。本研究以“她逃他追，她插翅难逃”为核心叙事线索，聚焦三者呈现的“幸运鹿拓荒—雪王紧随—zx 坤收尾”的空间布局奇观，采用文献研究法、案例分析法与幽默解构法，剖析三者追逐行为的底层逻辑、动力机制与空间共生关系，破解“为何幸运鹿无处可逃、雪王死缠烂打、zx 坤坐收渔利”的商业谜题，并基于现有格局预测三者未来的追逐态势与共生演化方向。研究发现，三者的追逐并非无序内卷，而是基于成本控制、客群互补与流量共生的理性博弈，最终形成“咖啡+甜饮+小吃”的消费闭环，幽默的表象之下，是本土连锁品牌扩张的生存智慧与商业谋略。

Keywords: 幸运鹿；雪王；zx坤；商业追逐；空间布局；消费闭环；本土连锁

1 Introduction

当幸运鹿背着它的蓝色咖啡壶，在城市的街头巷尾开启“拓荒式”开店时，它或许从未想

过，自己会被一个穿着红袍、顶着雪顶的“死缠烂打者”——雪王，缠上终身；而当雪王踩着幸运鹿的脚印，把红色招牌钉在每一个优质点位旁时，它也未曾察觉，一个手持鸡排、低

调潜行的“捡漏者”——zx 坤，正悄悄跟在它的身后，坐收渔利。这不是狗血偶像剧的剧情，而是当下中国消费市场最荒诞、也最普遍的商业奇观：无论幸运鹿逃到写字楼的高层、社区的角落，还是县城的街头、海外的商圈，雪王总能如影随形，主打一个“你在哪，我就在哪”；而雪王的招牌刚挂稳，zx 坤的黄色门店就会如期而至，实现“雪王在哪，我必相随”。

这场跨越地域、跨越品类的“三角追逐”，早已突破了单纯的商业竞争范畴，成为一种极具辨识度的社会现象。幸运鹿作为“领跑者”，凭借大数据选址的硬实力，在咖啡赛道快速扩张，试图抢占每一个流量高地，却始终摆脱不了雪王的“贴脸纠缠”——从国内商场的集装箱临时店，到海外好莱坞的星光大道，雪王的红色身影总能精准捕捉幸运鹿的轨迹，甚至用扩音器循环“咖啡咖啡”，打破幸运鹿的高冷格调，活脱脱一个“粘人精”的形象^[1]。而zx 坤则作为“追随者”，不与前两者正面交锋，而是精准拿捏“甜饮+小吃”的消费痛点，在雪王的流量辐射范围内悄悄扎根，靠着“一杯甜饮配一块鸡排”的消费场景，在两者的博弈中分得一杯羹^[2]。

现有研究多聚焦于两两之间的竞争，要么分析幸运鹿与雪王的性价比博弈，要么探讨雪王与zx 坤的客群互补，却鲜有研究将三者纳入同一框架，剖析这场“三角追逐”的完整逻辑——为何幸运鹿始终逃不掉雪王的追逐？为何雪王的扩张总能吸引zx 坤的跟随？这场看似无序的追逐背后，隐藏着怎样的商业逻辑？三者的追逐态势会持续多久，未来又会发生怎样的演化？

基于此，本研究以“幸运鹿—雪王—zx 坤”的三角追逐为研究对象，以“她逃他追，她插翅难逃”为叙事主线，采用抽象幽默的文笔，遵循标准研究论文的范式，系统分析三者追逐行为的表现、机制与本质，预测未来的追逐态势，既为解读本土连锁品牌的扩张模式提供新的视角，也为这场荒诞又有趣的商业大戏，写下一份充满烟火气与智慧的“剧情分析报告”。

2 Methodology

本研究摒弃传统商业研究的刻板套路，在坚守学术严谨性的同时，融入抽象幽默的解构方式，将三者的追逐行为视为一场“商业偶像剧”，采用“剧情观察+逻辑拆解+案例佐证”的多元研究方法，确保研究的趣味性与科学性兼具，具体如下：

2.1 文献综述法

研究系统梳理本土连锁品牌扩张、商业选址逻辑、客群互补与流量共生相关的文献，重点检索幸运鹿（瑞幸咖啡）、雪王（蜜雪冰城）、zx 坤（正新鸡排）三者的扩张战略、选址策略与竞争格局相关研究，同时参考仿拟修辞、幽默表达相关的文献，为研究的幽默笔触与逻辑分析提供理论支撑^[4]。剔除与本研究无关的高端连锁品牌研究，聚焦下沉市场与本土连锁的生存模式，重点梳理“跟随式扩张”“成本控制”“消费闭环”相关的理论，破解三者追逐行为的底层逻辑，避免研究陷入表面化、娱乐化。

2.2 案例分析法

我们选取典型案例作为“剧情片段”，支撑研究结论的合理性。案例选取遵循“多样性

+典型性”原则，涵盖不同场景、不同地域，包括国内写字楼商圈（如北京交大嘉园周边）、县域街头、景区（老君山）以及海外商圈（美国好莱坞），捕捉三者在不同场景下的追逐表现^{[1][2]}。重点分析三个经典案例：一是老君山景区的“价格博弈”案例，幸运鹿涨价脱节，雪王平价取胜，zx坤紧随补位；二是国内商场的“贴脸硬刚”案例，幸运鹿租下最后一间门面，雪王用集装箱临时开店，zx坤插缝入驻；三是海外扩张的“跨国追逐”案例，幸运鹿进军美国市场，雪王紧随登陆好莱坞，zx坤布局海外配套点位^[2]。通过对这些案例的拆解，还原三者追逐的具体表现与内在逻辑。

2.3 幽默解构法

研究采用抽象幽默的文笔，将三者拟人化处理，赋予其鲜明的“人物性格”：幸运鹿（瑞幸咖啡）是“高冷拓荒者”，傲娇又无奈，一心想逃却逃不掉；雪王（蜜雪冰城）是“粘人追逐者”，热情又精明，靠着“免费风向标”省掉大量选址成本；zx坤（正新鸡排）是“低调捡漏者”，沉稳又狡黠，在两者的博弈中悄悄盈利^{[2][5]}。同时借鉴仿拟修辞的技巧，将商业逻辑融入幽默表达，比如将雪王的跟随策略戏称为“502黏合剂式扩张”，将zx坤的策略称为“夹缝生存术”，在不影响学术严谨性的前提下，增强研究的可读性与趣味性，让枯燥的商业分析变得生动易懂^[4]。

2.4 数据收集

本文数据来源以公开数据为主，包括三者的官方公告、门店数量统计、媒体报道、网友观测案例以及行业报告^{[2][3]}。重点收集三者的

门店布局数据、选址标准、客群定位与价格体系，比如幸运鹿的大数据选址指标、雪王的全球门店数量、zx坤的客群互补逻辑等^{[2][5]}；同时收集网友分享的“三角同框”案例，补充民间观测视角，确保研究数据的全面性与真实性。所有数据均经过筛选验证，剔除无效信息，重点聚焦能够支撑“追逐逻辑”与“共生关系”的核心数据，为分析与预测提供坚实支撑。

3 Results and Discussion

通过上述研究方法，本研究梳理出“幸运鹿—雪王—zx坤”三角追逐的核心表现、底层机制，并结合案例展开讨论，剖析这场追逐背后的商业逻辑与现实意义，幽默表象之下，是本土连锁品牌的生存智慧与理性博弈。

3.1 追逐的三个阶段以及闭环的形成

研究发现，三者的追逐并非无序混乱，而是呈现出清晰的“三段式”节奏，最终形成“幸运鹿拓荒—雪王补位—zx坤收尾”的完整链条，构建起“咖啡+甜饮+小吃”的消费闭环，每一个环节都不可或缺，每一方都在追逐中实现了自身的利益最大化，具体表现如下：

3.1.1 阶段 1: 幸运鹿（领头者）——开拓与逃逸

幸运鹿作为这场追逐的“领跑者”，其核心行为是“拓荒式扩张+被动式逃离”。凭借成熟的大数据选址体系，幸运鹿会对周边房租、客流密度、交通便利度、商圈定位做全方位调研，千挑万选敲定优质点位，每开一家新店，都相当于完成一次“流量探路”，为后续品牌入驻提供了免费的“可行性报告”^[2]。它的扩张逻辑是“抢占优质流量，打造高冷咖啡形象”，试图通过快速布局，抢占咖啡赛道的每

一个高地，无论是国内的写字楼、社区、县城，还是海外的美国、东南亚，幸运鹿都在努力“逃离”雪王的纠缠，甚至不惜连夜搬店、进军海外，却始终未能成功^[2]。截至2025年一季度，幸运鹿全球门店达24097家，月均交易客户7427万，拓荒成果显著，却也始终被雪王的红色身影纠缠^[2]。

3.1.2 第二阶段：雪王（追击者）——紧密跟随并相互配合

雪王作为这场追逐的“核心追逐者”，其核心行为是“贴脸式跟随+性价比补位”。由于自身加盟商缺乏专业选址能力，试错成本极高，雪王聪明地选择了“懒人捷径”——将幸运鹿的科学选址视为免费的“风向标”，省去了大量的调研成本与试错成本。它的追逐逻辑是“你拓荒，我补位；你高冷，我亲民”，幸运鹿开在哪里，它就跟到哪里，甚至在幸运鹿的门店前搭集装箱、支简易房，用扩音器循环喊话，主打一个“贴脸开大”。同时，雪王与幸运鹿的客群高度重叠，愿意花9.9元喝一杯幸运鹿咖啡的消费者，大概率也会为个位数的雪王甜饮买单，咖啡与甜饮的消费互补，让雪王的跟随策略事半功倍。截至2025年6月30日，雪王全球门店数量已突破5.3万家，覆盖12个国家，海外门店达4733家，靠着跟随策略，快速实现了全球化扩张^[2]。

3.1.3 阶段 3：zx 公坤（追随者）——利用差距获利并完成循环

zx坤作为这场追逐的“终极追随者”，其核心行为是“夹缝式入驻+消费补位”。它不与幸运鹿、雪王正面竞争，而是精准拿捏消费者的即时性小吃需求，赌的是“消费者等饮品

时，总要吃点什么”，一杯雪王甜饮搭配一块zx坤鸡排，成为很多消费者的标配，这种客群互补，让zx坤得以在两者的博弈中轻松盈利^[3]。它的跟随逻辑是“雪王在哪，我就在哪”，因为雪王的存在，已经为它筛选出了优质的流量点位，它只需悄悄入驻，依托前两者的流量，就能实现低成本扩张。在一些商圈，铺面窄到连雪王的吉祥物都进不去，却能同时挤下幸运鹿、雪王、zx坤三家店，三者共同形成消费闭环，让商圈的烟火气愈发浓郁。

3.2 追逐行为背后的逻辑——以幽默为外衣的理性游戏

表面上看，这场追逐充满了荒诞与幽默——幸运鹿的“狼狈逃离”、雪王的“死缠烂打”、zx坤的“低调捡漏”，活脱脱一部商业偶像剧；但本质上，这场追逐并非无序内卷，而是三者基于自身定位、成本控制与客群需求的理性博弈，每一方的行为都有其底层逻辑，最终实现了多方共赢。

3.2.1 幸运鹿的法则：开拓是为了生存，逃离是为了发展

幸运鹿的“拓荒”与“逃离”，本质上都是为了实现自身的可持续发展。作为咖啡赛道的黑马，幸运鹿的核心优势是大数据选址与全球化供应链布局，它在印尼、巴西、云南等咖啡主产区建立了专属原料产地，从源头把控品质，为扩张提供支撑^[1]。它的拓荒行为，是为了快速抢占咖啡赛道的市场份额，打造自身的品牌影响力，形成“瑞幸带火一条街”的效应——只要幸运鹿在某个县域开出新店，周边商圈就会迅速热闹起来，带动整个区域的流量。而它的“逃离”，并非害怕竞争，而是为了摆

脱雪王的“流量捆绑”，试图维持自身的高冷咖啡形象，避免被雪王的亲民格调拉低品牌定位，同时也为了寻找新的拓荒阵地，避免与雪王陷入过度内卷。但遗憾的是，雪王的跟随策略过于精准，幸运鹿的每一次逃离，最终都变成了“换个地方被纠缠”。

3.2.2 雪王的逻辑：跟随 = 节约成本的策略，坚持 = 独有的营销智慧

雪王的“死缠烂打”，看似无脑，实则是最精明的商业策略——跟随幸运鹿，本质上是为了控制成本、抢占流量。对于连锁品牌而言，选址是决定生死的关键，中国连锁经营协会的调研显示，68%的倒闭店铺直接原因与选址不当相关^[3]。雪王的加盟商众多，且大多缺乏专业的选址能力，若自行调研选址，不仅成本高昂，试错风险也极大^[2]。而幸运鹿的科学选址，已经为它筛选出了“客流高、租金合理、客群匹配”的优质点位，雪王只需紧随其后，就能省去大量的调研成本，实现低成本扩张^{[2][5]}。同时，雪王与幸运鹿的性价比定位高度契合，客群重叠度高，跟随幸运鹿，就能轻松共享流量，再加上自身的价格优势——比如老君山景区，幸运鹿涨价15元且不支持优惠券，而雪王仅涨价1元，总能在竞争中占据优势^[2]。此外，雪王的跟随，还能借助幸运鹿的品牌热度，提升自身的曝光度，从国内的春晚联动，到海外的好莱坞布局，雪王靠着“粘住幸运鹿”，成功提升了品牌影响力^[2]。

3.2.3 zx 坤的反击：追求利益是目的，互补协作是手段，以求生存。

zx坤的“低调跟随”，是最聪明的“捡漏策略”，它不参与前两者的正面博弈，而是凭

借客群互补，实现“坐收渔利”。zx坤的核心产品是鸡排等小吃，客群与幸运鹿、雪王高度重叠——都是追求性价比的年轻人，且小吃与咖啡、甜饮形成天然的消费互补。根据美团研究院的报告，目的性消费人群的停留时长超过30分钟，消费转化率是路过人群的8-12倍，而幸运鹿与雪王的门店，恰好能吸引这类停留人群，zx坤只需入驻周边，就能借助前两者的流量，满足消费者的即时性小吃需求^[3]。这种“不内卷、只补位”的策略，让zx坤得以在咖啡与甜饮的博弈中，轻松分得一杯羹，实现低成本、高收益的扩张。同时，zx坤的入驻，也完善了消费闭环，让幸运鹿与雪王的流量得以进一步转化，三者形成共生关系，而非单纯的竞争关系。

3.2.4 隐藏意义：地方连锁品牌所蕴含的生存智慧

这场三角追逐，看似荒诞，实则折射出本土连锁品牌的生存智慧。在优质点位稀缺、市场竞争激烈的当下，中小品牌依托头部品牌的科学选址，降低试错成本，已成行业新现象。幸运鹿、雪王、zx坤的追逐，并非零和博弈，而是实现了多方共赢：幸运鹿通过拓荒提升品牌影响力，雪王通过跟随实现低成本扩张，zx坤通过补位实现盈利，而消费者则获得了“咖啡+甜饮+小吃”的一站式消费体验，商圈也因三者的入驻变得更加热闹。这种“共生式追逐”，打破了传统商业竞争“你死我活”的固有逻辑，为本土连锁品牌的扩张提供了新的思路——与其盲目拓荒、正面内卷，不如找准自身定位，借助他人的优势，实现互补共生。正如雪王跟着幸运鹿，zx坤跟着雪王，三者看似

相互纠缠，实则共同成长，成为本土连锁品牌扩张的典范^[6]。

4 Conclusion

本研究聚焦幸运鹿（瑞幸咖啡）、雪王（蜜雪冰城）、zx坤（正新鸡排）的三角追逐现象，遵循标准论文范式、结合多元研究方法与抽象幽默文笔，系统剖析其追逐表现、底层逻辑并预测未来态势，核心结论如下：三者追逐呈现“幸运鹿拓荒—雪王补位—zx坤收尾”的三段式节奏，构建起“咖啡+甜饮+小吃”的消费闭环，分工明确且互补共生；这场追逐本质是三者基于自身定位、成本控制与客群需求的理性博弈，而非无序内卷；未来将呈现共生深化、差异化竞争、海外同步追逐的演化方向。本研究的创新点的是将三者纳入同一框架破解三角追逐逻辑，以幽默笔触打破传统商业研究刻板感，同时为本土连锁品牌扩张提供共生式发展新视角。

研究也存在一定局限性，因数据源于公开信息与网友观测，部分微观选址、成本数据未能精准获取，未来态势预测也基于现有格局，若市场或品牌战略发生重大调整可能受影响，后续研究可补充微观运营数据、细化不同场景下的追逐差异与未来预测。这场“她逃他追，

她插翅难逃”的商业大戏仍在持续，幸运鹿的“逃离”、雪王的“纠缠”、zx坤的“捡漏”，虽充满幽默荒诞感，却也书写着本土连锁品牌的成长，彰显着中国消费市场的活力与本土品牌的崛起。

Acknowledge

感谢今晚瑞幸的“痛苦面具，酸角咖啡”，蜜雪的柠檬水和正新鸡排的双人套餐。

Reference

- [1] 瑞幸咖啡. 瑞幸咖啡 2025 年第一季度全球运营财报[R]. 2025.
- [2] 蜜雪冰城股份有限公司. 蜜雪冰城全球门店扩张与海外布局白皮书[R]. 2025.
- [3] 中国连锁经营协会. 2024—2025 中国连锁门店选址与生存风险调研报告[R]. 北京：中国连锁经营协会，2025.
- [4] 美团研究院. 线下消费流量转化与场景互补数据分析报告[R]. 北京：美团研究院，2025.
- [5] 陈曦，王浩. 下沉市场本土连锁品牌共生扩张机制研究[J]. 商业经济研究，2025(8)：109-111.
- [6] 社交媒体用户实地观测案例合集[EB/OL]. 小红书、抖音，2025.