

2021年中国茶饮料行业分析报告- 行业竞争格局与发展趋势前瞻

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国茶饮料行业分析报告-行业竞争格局与发展趋势前瞻》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/553125553125.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

茶饮料是指用水浸泡茶叶，经抽提、过滤、澄清等工艺制成的茶汤或在茶汤中加入水、糖液、酸味剂、食用香精、果汁或植物抽提液等调制加工而成的制品。茶饮料的产业链上游为基础原料，主要成分为水、茶汤、各种食品添加剂等；中游为各类型的茶饮料，主要为果味茶饮料、奶茶饮料和碳酸茶饮料；下游为各个消费渠道，最后到达终端消费者。

茶饮料产业链 资料来源：观研天下整理

一、上游分析

1.茶叶

我国历史上有很长的饮茶纪录，发展到现在茶叶也可以制成的不同的茶饮料，是世界三大饮料之一。根据数据显示，我国茶叶产量由2016年231.33万吨增长到2020年的297万吨，年均复合增长率为6.4%。

2016-2020年我国茶叶产量及增速数据来源：观研天下整理

2.绿茶

常饮绿茶能防癌，降脂和减肥，对吸烟者也可减轻其受到的尼古丁伤害。根据数据显示，2020年我国绿茶产量达194.1万吨，销量达154.9万吨；预计2021年我国绿茶产销量分别可达204万吨和161.5万吨。

2016-2021年我国绿茶产量、销量及预测 数据来源：观研天下整理

3.红茶

近年来，国内茶叶市场对红茶的需求量持续增长，促进了各产茶省红茶生产积极性。根据数据显示，2020年我国红茶产量达27.2万吨，销量达25.9万吨；据推测，2021年我国红茶产销量分别可达28.8万吨和29.3万吨。

2017-2021年我国红茶产量、销量及预测数据来源：观研天下整理

4.食品添加剂

食品添加剂是为改善食品色、香、味等品质，以及为防腐和加工工艺的需要而加入食品中的人工合成或者天然物质。近几年，由于国家对食品添加剂的管理力度加强，导致我国食品添加剂产量有所下滑。根据数据显示，2019年我国食品添加剂产量为838万吨，2020年我国食品添加剂产量为974，同比增长16.23%；预计2021年我国食品添加剂产量将有所上升至1080万吨。

2016-2021年我国食品添加剂产量、增速及预测 数据来源：观研天下整理

5.企业优势分析

现阶段，我国茶饮料行业产业链上游优秀企业主要包括湖南省茶业集团股份有限公司、四川省峨眉山竹叶青茶业有限公司、湘丰茶业集团有限公司、北京张一元茶叶有限责任公司、北京吴裕泰茶业股份有限公司等。

我国茶饮料行业产业链上游代表企业优势分析

企业名称

优势分析

湖南省茶业集团股份有限公司

企业规模优势：湖南省茶业集团股份有限公司是一家集茶叶种植、加工、科研、销售和茶文化传播于一体全产业链经营、专业制茶、内外贸并举的农业产业化国家重点龙头企业。公司下设10个业务部门，参控股 60多家企业，拥有3个部、省级科研平台，在全省建立了97个优质茶园基地，总面积达60万亩，联结带动了50万户茶农，与100多个国家和地区保持了稳定的贸易联系。公司以茶为主，现有白沙溪、湘益、臻溪、君山、潇湘等品牌产品，主要加工经营红茶、绿茶、黄茶、黑茶、白茶、青茶及茉莉花茶、特种茶、小包装茶、袋泡茶、茶饮料、速溶茶粉、茶食品、提取物等，同时经营粮油、土产畜产、轻工化工、机电等产品。

四川省峨眉山竹叶青茶业有限公司

生产规模优势：四川省峨眉山竹叶青茶业有限公司成立于1998年，是国家农业产业化重点龙头企业，全国著名的名优茶生产企业。目前定点茶园和无公害茶叶生产基地近40万亩，年生产各类名优绿茶3600吨。

产品质量优势：竹叶青为“四川省名牌产品”，竹叶青商标被评为“四川省著名商标”，竹叶青茶业通过ISO9001：2000国际质量体系认证，通过了HACCP食品安全控制体系认证。“竹叶青”系列产品还获准使用绿色食品标志，部分产品还获得有机食品认证。

湘丰茶业集团有限公司

生产工艺优势：湘丰绿茶全部来自其中公司拥有的全自动化绿茶生产线，系公司聘请国内外专家，根据湘丰绿茶的品质特征，自主研发设计的全国首条炒青绿茶全自动生产线。采用液化汽做燃料，实现了生产的自动化、智能化和清洁化，工作性能为国际一流、国内最高水平，除鲜叶摊青段为国产外，其他工段的设备全部由在日本制造。

产品质量优势：产品通过了“IMO有机茶认证”、绿色食品认证、ISO9001质量管理体系认证、HACCP质量安全体系认证、GAP良好农业规范认证等，“湘丰”牌绿茶多次荣获国际茶叶博览会金奖，连续六届获“湖南省国际农博会金奖”。“湘丰”为湖南省著名商标，正在申报全国驰名商标。

北京张一元茶叶有限责任公司

产品质量优势：为保证茶叶安全、卫生、达到国家标准，公司从1995年起所生产的茶叶产品一律经过国家质检部门的严格检验，公司内部专设了质量监督审评办公室，严把质量关。1999年公司通过了ISO9002国际质量体系认证，2003年公司通过了ISO9001国际质量体系转版认证，保证了企业管理体系的有效运行。张一元茶叶在国家质检部门的历次抽查中保持了全部合格的业绩。

产品种类优势：张一元已经成功实现产、供、销、研一体化目标，在福建、浙江、安徽、云南、四川等省建立了30个生产基地，生产加工绿、红、白、青（乌龙茶）、黄、黑、花茶等茶类，经营茶叶花色品种逾300多种。为做精、做专、做强、做名、做大张一元品牌，张一

元茶叶有限责任公司不断延伸茶产业链先后开设了茶楼、茶馆，涉及休闲、娱乐、文化创意产业发展。

北京吴裕泰茶业股份有限公司

企业品牌优势：吴裕泰牌茶叶是北京市名牌产品和著名商标，多次获得国内、国际大奖。公司先后荣获“中国商业名牌企业”、“守信企业”、“全国百城万店无假货示范店”、“消费者满意单位”、“全国精神文明建设工作先进单位”、“全国食品工业优秀龙头食品企业”、“中国连锁特许优秀企业管理奖”、“北京优秀特许品牌”、“北京市模范集体”，北京“质量信得过品牌”等多项荣誉称号。

产品质量优势：公司在国内同行业和北京老字号企业首家通过了ISO19001:2000质量管理体系、ISO14001:2004环境管理体系、OHSMS18001：2001职业健康安全管理体系和ISO22000食品安全管理体系认证。同时，公司通过了食品行业市场准入认证(QS)，确保公司的产品质量符合国家标准。资料来源：观研天下整理

二、中游分析

1.茶饮料

我国茶饮料消费经历结构升级，相比日美人均消费增长空间广阔。随着新式茶饮体验的诞生，我国茶饮市场实现快速增长。根据数据显示，2019年我国茶饮料行业市场规模达4131亿元，2020年我国茶饮料市场规模达4107亿元，同比下降0.58%；预计2021年我国茶饮料市场规模可达4789亿元。

2016-2021年我国茶饮料市场规模、增速及预测数据来源：观研天下整理

2.新式茶饮

面对压力大、节奏快的现代生活，新式茶饮对于很多人来说已经不再属于一款饮品，反而是一种情绪的调节剂。根据数据显示，我国新式茶饮市场规模由2017年的442亿元增长至2020年的1020亿元，年均复合增长率达32.1%；预计2021年我国新式茶饮市场规模将突破1100亿元。

2017-2021年新式茶饮市场规模、增速及预测数据来源：观研天下整理

3.企业优势分析

现阶段，我国茶饮料行业产业链中游优秀企业主要包括康师傅、统一、东方树叶、立顿等。

我国茶饮料行业产业链中游代表企业优势分析

企业名称

优势分析

康师傅

企业规模优势：一九九五年起陆续扩大业务至糕饼及饮品。截止2006年底，公司总投资已达到20亿美金，先后在中国四十余个城市设立了生产基地，员工人数近四万人，总营业额24亿美元。

统一

企业规模优势：统一企业正式成立于中国台湾地区台南市永康区，本着“嘉惠地方”的创业精神，以员工82人，资本额3200万元，为日后的食品王国奠定基础。统一企业是台湾一家大型食品公司，在东亚、东南亚均有很高的知名度，也是台湾规模最大的食品业者之一。

东方树叶

企业规模优势：农夫山泉股份有限公司成立于1996年，是中国饮料工业的民族企业、农业产业化国家重点龙头企业之一。这个系列产品将包含红茶、绿茶、茉莉花茶以及乌龙茶等四个口味。中国有巨大的茶饮料消费市场，但目前大多数同类产品都有雷同的包装形象。

立顿

品牌优势：“立顿”是全球最大的茶叶品牌。减肥茶立雅茶来自全球第一品牌茶专家立顿，是经国家食品药品监督管理局批准的保健食品；当前立雅茶已在瑞士、法国、葡萄牙和比利时等欧洲市场取得骄人成果，已成为时尚女性保持身材的首选。资料来源：观研天下整理

三、下游分析

1. 外卖配送

随着移动互联网及手机支付的普及以及中国餐饮业的持续数字化进程，在所有终端app通过外卖服务的现制茶饮产品的零售消费量持续增长。根据数据显示，2020年我国茶饮产品外卖销售额达284亿元，较2019年同比增长66.08%；据推测，2021年我国茶饮产品外卖销售额可达384亿元。

2016-2021年我国茶饮产品外卖销售额、增速及预测数据来源：观研天下整理

2. 消费情况

根据数显示，2020年我国每周购买茶饮料3-5次的人群最多，占总消费人群的41%；其次为每周1-2次，占总消费人群的33%。（TJL）

2020年我国消费者一周内购买茶饮料次数分布情况数据来源：观研天下整理

观研报告网发布的《2021年中国茶饮料行业分析报告-行业竞争格局与发展趋势前瞻》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行

业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国茶饮料行业发展概述

第一节 茶饮料行业发展情况概述

- 一、茶饮料行业相关定义
- 二、茶饮料行业基本情况介绍
- 三、茶饮料行业发展特点分析
- 四、茶饮料行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、茶饮料行业需求主体分析

第二节 中国茶饮料行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、茶饮料行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国茶饮料行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国茶饮料行业生命周期分析

- 一、茶饮料行业生命周期理论概述

二、茶饮料行业所属的生命周期分析

第四节 茶饮料行业经济指标分析

- 一、茶饮料行业的赢利性分析
- 二、茶饮料行业的经济周期分析
- 三、茶饮料行业附加值的提升空间分析

第五节 中国茶饮料行业进入壁垒分析

- 一、茶饮料行业资金壁垒分析
- 二、茶饮料行业技术壁垒分析
- 三、茶饮料行业人才壁垒分析
- 四、茶饮料行业品牌壁垒分析
- 五、茶饮料行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球茶饮料行业市场发展现状分析

第一节 全球茶饮料行业发展历程回顾

第二节 全球茶饮料行业市场区域分布情况

第三节 亚洲茶饮料行业地区市场分析

- 一、亚洲茶饮料行业市场现状分析
- 二、亚洲茶饮料行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲茶饮料行业市场前景分析

第四节 北美茶饮料行业地区市场分析

- 一、北美茶饮料行业市场现状分析
- 二、北美茶饮料行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美茶饮料行业市场前景分析

第五节 欧洲茶饮料行业地区市场分析

- 一、欧洲茶饮料行业市场现状分析
- 二、欧洲茶饮料行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲茶饮料行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界茶饮料行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球茶饮料行业市场规模预测

第三章 中国茶饮料产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国茶饮料行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国茶饮料产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国茶饮料行业运行情况

第一节 中国茶饮料行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国茶饮料行业市场规模分析

第三节 中国茶饮料行业供应情况分析

第四节 中国茶饮料行业需求情况分析

第五节 我国茶饮料行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国茶饮料行业供需平衡分析

第七节 中国茶饮料行业发展趋势分析

第五章 中国茶饮料所属行业运行数据监测

第一节 中国茶饮料所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国茶饮料所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国茶饮料所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国茶饮料市场格局分析

第一节 中国茶饮料行业竞争现状分析

一、中国茶饮料行业竞争情况分析

二、中国茶饮料行业主要品牌分析

第二节 中国茶饮料行业集中度分析

一、中国茶饮料行业市场集中度影响因素分析

二、中国茶饮料行业市场集中度分析

第三节 中国茶饮料行业存在的问题

第四节 中国茶饮料行业解决问题的策略分析

第五节 中国茶饮料行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国茶饮料行业需求特点与动态分析

第一节 中国茶饮料行业消费市场动态情况

第二节 中国茶饮料行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 茶饮料行业成本结构分析

第四节 茶饮料行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国茶饮料行业价格现状分析

第六节 中国茶饮料行业平均价格走势预测

一、中国茶饮料行业价格影响因素

二、中国茶饮料行业平均价格走势预测

三、中国茶饮料行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国茶饮料行业区域市场现状分析

第一节 中国茶饮料行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区茶饮料市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区茶饮料市场规模分析

四、华东地区茶饮料市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区茶饮料市场规模分析

四、华中地区茶饮料市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区茶饮料市场规模分析

四、华南地区茶饮料市场规模预测

第九章 2017-2021年中国茶饮料行业竞争情况

第一节 中国茶饮料行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国茶饮料行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国茶饮料行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 茶饮料行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国茶饮料行业发展前景分析与预测

第一节 中国茶饮料行业未来发展前景分析

- 一、茶饮料行业国内投资环境分析
- 二、中国茶饮料行业市场机会分析
- 三、中国茶饮料行业投资增速预测

第二节 中国茶饮料行业未来发展趋势预测

第三节 中国茶饮料行业市场发展预测

- 一、中国茶饮料行业市场规模预测
- 二、中国茶饮料行业市场规模增速预测
- 三、中国茶饮料行业产值规模预测
- 四、中国茶饮料行业产值增速预测
- 五、中国茶饮料行业供需情况预测

第四节 中国茶饮料行业盈利走势预测

- 一、中国茶饮料行业毛利润同比增速预测
- 二、中国茶饮料行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国茶饮料行业投资风险与营销分析

第一节 茶饮料行业投资风险分析

- 一、茶饮料行业政策风险分析
- 二、茶饮料行业技术风险分析
- 三、茶饮料行业竞争风险
- 四、茶饮料行业其他风险分析

第二节 茶饮料行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国茶饮料行业发展战略及规划建议

第一节 中国茶饮料行业品牌战略分析

- 一、茶饮料企业品牌的重要性
- 二、茶饮料企业实施品牌战略的意义
- 三、茶饮料企业品牌的现状分析
- 四、茶饮料企业的品牌战略
- 五、茶饮料品牌战略管理的策略

第二节 中国茶饮料行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国茶饮料行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国茶饮料行业发展策略及投资建议

第一节 中国茶饮料行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国茶饮料行业营销渠道策略

- 一、茶饮料行业渠道选择策略
- 二、茶饮料行业营销策略

第三节 中国茶饮料行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国茶饮料行业重点投资区域分析

二、中国茶饮料行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/553125553125.html>