

2021年中国茶饮行业分析报告- 市场深度调研与盈利前景预测

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年中国茶饮行业分析报告-市场深度调研与盈利前景预测》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/shipin/557330557330.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

近日曾以“欢乐开怀 灾 慈 襴痾 達豕 吠 坎 虑恤 陞 兕犇 霰

据了解，未来维维豆奶的目标是开设上万家门店。而据不完全统计，目前现制茶饮品牌实现门店数量超过1万家的，仅有蜜雪冰城一家。

中国的“豆奶大王”

维维集团组建于1992年，是一家以“大粮食、大食品”为主的跨行业、跨地区的大型企业集团，农业产业化国家级重点龙头企业，国家级贸工农一体化重点企业。维维集团是中国最大的豆奶企业；中国10家最大食品制造企业，中国企业500强；入选中国100家最具价值品牌，全球消费者信赖的中国食品行业十佳品牌。

维维豆奶于1989年问世，开创了豆奶行业。目前维维豆奶成为中国最畅销商品之一，被称为中国的“豆奶大王”。

维维从生态农业着手，通过直接投资、参股经营、签订长期合同等形式，建设标准化和规模化的优质原料生产基地。已经形成了绥化非转基因大豆基地、佳木斯汤旺河优质大米基地、豫南优质小粒花生基地、黄淮海优质小麦基地，还拥有怡清源有机采茶叶种植基地。

与此同时，作为出身粮食的企业，维维积极响应国家号召，先后和国内、外大型粮食企业合作，在优质小麦主产区淮海经济区中心城市徐州、小粒花生主产区豫南、非转基因大豆主产区黑龙江绥化、优质稻米产区佳木斯兴建了现代化粮食物流园区，形成了集收储、加工、贸易一体化的现代化粮食综合产业园，积极培育国际竞争力。2019年，位于徐州的维维粮食物流产业园获批江苏省省级粮食物流园区。

维维产业涉足农业资源、食品、饮料、粮油、茶等。拥有维维、天山雪、嚼益嚼、六朝松等国内外知名品牌。

维维在做大做强核心产业的同时，一直以来，都能够根据国家宏观经济环境和自身发展的需要，及时进行结构性战略调整，取得了良好的效益。

瞄准制茶饮市场，走加盟店模式

维维豆奶打起了现制茶饮店的主意，与颐和园联名，在南京开设了全国首家奶茶门店

。据维维豆奶奶茶店招商负责人透露，目前已有600家加盟商，未来维维豆奶的目标是开设上万家门店，且其门店均为加盟店，没有一家直营店。

或许为了加快开店步伐，维维豆奶已对加盟费进行了优惠。上述负责人介绍称，维维豆奶欢乐店原价为10.8万元，开怀店为15万元，截至10月18日，欢乐店价格为8.8万元，开怀店为12.8万元。

争茶饮市场胜算几何

目前整个新中式奶茶处于红海市场，已经进入品牌整合和优胜劣汰的阶段，在这样的时间节点进入市场，对维维豆奶来说注定是失败的。

目前不少新式茶饮品牌已经确立独有的风格，在现制茶饮市场占领一席之地。譬如，奈雪的茶以“茶+软欧包”的形式迅速打开市场；茶颜悦色借助中国风设计深得消费者喜欢；蜜雪冰城则另辟蹊径，以价格友好出圈，主打下沉市场。

据有关数据显示，我国饮品店门店总数约为42.7万家，2020年年底门店数量约为59.6万家。其中，新茶饮类门店占比最高，达65.5%，门店数约37.8万家。另据相关报道，截至2021年10月，蜜雪冰城门店突破2万家；奈雪的茶、喜茶等门店目前都已超过500家。

而对比其他品牌，维维豆奶的优势并不明显，无论是整个IP营销、销售渠道的选择还是产品口味的开发方面，维维豆奶已经与新品牌有较大差距。

例如在产品方面比较不丰富，维维豆奶目前维维有豆·豆乳系列、维维有福·思慕雪系列、维维有禄·鲜果茶系列、维维有寿·创意咖啡、维维有禧·特调系列，似乎也想借力国潮风等推出5个系列产品。

在价格方面，维维豆奶奶茶店似乎也没有明显优势。根据维维豆奶招商负责人提供的信息，其产品售价在8-29元不等，这与蜜雪冰城、奈雪的茶、茶颜悦色等品牌的价格带均有不同程度的重叠。

在资本方面，相比维维豆奶这样的传统品牌，近几年崛起的新式茶饮品牌也更受到资本青睐。奈雪的茶五年内完成5轮融资，2021年1月完成超1亿美元的C轮融资后，公司估值达20亿美元，6月成功在港交所上市。蜜雪冰城也于2021年1月完成20亿元的首轮融资。融资完成后，蜜雪冰城估值超过200亿元。蜜雪冰城还计划在A股上市，预计年内完成上市流

程。此外，喜茶、茶里等品牌也吸引了大量资本的注入。而维维豆奶则于2000年上市，目前已被“ST”。

虽然近几年维维豆奶业绩虽有所起伏，但盈利能力薄弱。根据维维豆奶财报显示，2020年，ST维维归属于上市公司股东的净利润4.357亿元，扣除非经常性损益后的净利润为6112万元。

2017-2020年维维豆奶归属于上市公司股东的净利润情况

数据来源：公司财报，观研天下整理

2017-2020年维维豆奶扣除非经常性损益后的净利润情况

数据来源：公司财报，观研天下整理（WW）

对此有相关人士认为，维维豆奶想要开设上万家门店的目标似乎是“天方夜谭”。在维维豆奶整体发展增长乏力的情况下，想要去蹭新中式奶茶的风口并不容易，新生代对维维豆奶的认知度不高，特别是长江以南的市场，而且这些门店“开在哪”“如何定位”“品牌调性是什么”“卖点是什么”“差异化在哪里”等，都是维维豆奶需要思考的问题。

尽管维维豆奶在豆奶行业中占据一席之地，但做现制茶饮店与通过商超等渠道出售瓶装产品的玩法不一样，加之要面对蜜雪冰城、CoCo、娃哈哈等竞争对手，维维豆奶想要借此“欢乐开怀”并非易事。

此外香颂资本董事沈萌也表示，开店目标往往只是一个未经验证的预期，更多是为了营造对未来发展的信心，毕竟开店不是一蹴而就，涉及诸多因素，不是想开就开、开了就赚钱。特别是在疫情持续和经济下行的背景下，盲目照搬新式茶饮店的模式大规模进行加盟开店，没有合理的商业测算做基础，最后只能是加盟商赔本、品牌受损。

观研报告网发布的《2021年中国茶饮行业分析报告-市场深度调研与盈利前景预测》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年中国茶饮行业发展概述

第一节 茶饮行业发展情况概述

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

第二节 中国茶饮行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、茶饮行业产业链条分析
- 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 中国茶饮行业生命周期分析

一、茶饮行业生命周期理论概述

二、茶饮行业所属的生命周期分析

第四节 茶饮行业经济指标分析

一、茶饮行业的赢利性分析

二、茶饮行业的经济周期分析

三、茶饮行业附加值的提升空间分析

第五节 中国茶饮行业进入壁垒分析

一、茶饮行业资金壁垒分析

二、茶饮行业技术壁垒分析

三、茶饮行业人才壁垒分析

四、茶饮行业品牌壁垒分析

五、茶饮行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球茶饮行业市场发展现状分析

第一节 全球茶饮行业发展历程回顾

第二节 全球茶饮行业市场区域分布情况

第三节 亚洲茶饮行业地区市场分析

一、亚洲茶饮行业市场现状分析

二、亚洲茶饮行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲茶饮行业市场前景分析

第四节 北美茶饮行业地区市场分析

一、北美茶饮行业市场现状分析

二、北美茶饮行业市场规模与市场需求分析

三、北美茶饮行业市场前景分析

第五节 欧洲茶饮行业地区市场分析

一、欧洲茶饮行业市场现状分析

二、欧洲茶饮行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲茶饮行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界茶饮行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球茶饮行业市场规模预测

第三章 中国茶饮产业发展环境分析

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 中国茶饮行业运行情况

第一节 中国茶饮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 中国茶饮行业市场规模分析

第三节 中国茶饮行业供应情况分析

第四节 中国茶饮行业需求情况分析

第五节 我国茶饮行业细分市场分析

- 1、细分市场一
- 2、细分市场二
- 3、其它细分市场

第六节 中国茶饮行业供需平衡分析

第七节 中国茶饮行业发展趋势分析

第五章 中国茶饮所属行业运行数据监测

第一节 中国茶饮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年中国茶饮市场格局分析

第一节 中国茶饮行业竞争现状分析

一、中国茶饮行业竞争情况分析

二、中国茶饮行业主要品牌分析

第二节 中国茶饮行业集中度分析

一、中国茶饮行业市场集中度影响因素分析

二、中国茶饮行业市场集中度分析

第三节 中国茶饮行业存在的问题

第四节 中国茶饮行业解决问题的策略分析

第五节 中国茶饮行业钻石模型分析

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年中国茶饮行业需求特点与动态分析

第一节 中国茶饮行业消费市场动态情况

第二节 中国茶饮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 茶饮行业成本结构分析

第四节 茶饮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 中国茶饮行业价格现状分析

第六节 中国茶饮行业平均价格走势预测

一、中国茶饮行业价格影响因素

二、中国茶饮行业平均价格走势预测

三、中国茶饮行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国茶饮行业区域市场现状分析

第一节 中国茶饮行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区茶饮市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区茶饮市场规模分析

四、华东地区茶饮市场规模预测

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、华中地区茶饮市场规模分析

四、华中地区茶饮市场规模预测

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、华南地区茶饮市场规模分析

四、华南地区茶饮市场规模预测

第九章 2017-2021年中国茶饮行业竞争情况

第一节 中国茶饮行业竞争结构分析（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年中国茶饮行业发展前景分析与预测

第一节 中国茶饮行业未来发展前景分析

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

第二节 中国茶饮行业未来发展趋势预测

第三节 中国茶饮行业市场发展预测

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

第四节 中国茶饮行业盈利走势预测

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

第十二章 2021-2026年中国茶饮行业投资风险与营销分析

第一节 茶饮行业投资风险分析

- 一、茶饮行业政策风险分析

二、茶饮行业技术风险分析

三、茶饮行业竞争风险分析

四、茶饮行业其他风险分析

第二节 茶饮行业应对策略

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年中国茶饮行业发展战略及规划建议

第一节 中国茶饮行业品牌战略分析

一、茶饮企业品牌的重要性

二、茶饮企业实施品牌战略的意义

三、茶饮企业品牌的现状分析

四、茶饮企业的品牌战略

五、茶饮品牌战略管理的策略

第二节 中国茶饮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年中国茶饮行业发展策略及投资建议

第一节 中国茶饮行业产品策略分析

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 中国茶饮行业营销渠道策略

一、茶饮行业渠道选择策略

二、茶饮行业营销策略

第三节 中国茶饮行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国茶饮行业重点投资区域分析

二、中国茶饮行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/557330557330.html>