

# 2020年中国茶饮料市场调研报告- 市场竞争格局与投资商机研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国茶饮料市场调研报告-市场竞争格局与投资商机研究》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/518271518271.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

茶饮料即是以茶叶的萃取液、茶粉、浓缩液为主要原料，加入水、糖液、酸味剂、食用香精、果汁或植（谷）物抽提液等调制加工而成的饮料制品。其具有茶叶的独特风味，且含有天然茶多酚、咖啡碱等有效成分，包含有营养、保健等众多功效。我国茶饮料行业自1993年拉开序幕，旭日升系列在当年横空出世，到2003年我国茶饮料市场规模初现；2004年后，百事、可口可乐等饮料巨头纷纷加入茶饮料市场，我国茶饮料市场格局越发复杂；到2010年之后，我国茶饮料进入结构性调整期，纯茶、果茶等产品登上市场，调味茶销量逐渐下滑；从2015年至今，中国的茶饮料由重量向重质转变，市场进入成熟期。中国茶饮料行业发展历程

发展阶段

发展时间

发展

历程

发展初期

1993-2003年

1993年旭日升成立，茶饮料市场初具规模。1998年以后中国茶饮料市场进入成长期，康师傅与统一双雄并立。此阶段市场产品以调味茶为主，注重口味感受。

快速增长期

2004-2009年

百事、可口可乐等饮料巨头进入茶饮料市场、茶饮料市场竞争加剧，推动市场快速发展。茶饮料行业的主要驱动力是销量的快速提升。

结构调整期

2010-2014年

消费者开始注重茶饮料的天然、少糖、健康等属性，纯茶、果茶等产品开始上市。茶饮料市场的结构发生改变，零售单价与总零售量均有所上升量价齐升带动茶饮料总零售额的提升。

“量”向“质”转变期

2015年-至今

调味茶饮料的市场份额持续下降以“小茗同学”与“茶”为代与表的新派茶饮料市场由重量向重质转变。

数据来源：公开资料整理 茶饮料可分为四种，分别为：茶饮料（产品中茶多酚含量 300mg/kg，咖啡因含量 40mg/kg）、调味茶饮料（主要包含果汁茶饮料、果味茶饮料、奶茶饮料、奶味茶饮料、碳酸茶饮料及其他调味茶饮料）、复（混）合茶饮料（产品中茶多酚含量 150 mg/kg，咖啡因含量 325 mg/kg）以及茶浓缩液（采用物理方法从茶叶水提取液中除去一定比例的水分经加工制成，加水复原后具有原茶汁应有风味的液态制品）。茶饮料产

## 品分类

### 类别

#### 主要内容

#### 茶饮料(tea beverage)

以茶叶的水提取液或其浓缩液、茶粉等为原料，经加工制成的，保持原茶汁应有风味的液体饮料，可添加少量的食糖和（或）甜味剂。产品中茶多酚含量 300 mg/kg，咖啡因含量 40mg/kg。

#### 调味茶饮料(flavored teabeverage)

以茶叶的水提取液或其浓缩液、茶粉等为原料，加入果汁（或食用果味香精）或乳或二氧化碳、食糖和（或）甜味剂、食用酸味剂、香精等调制而成的液体饮料。主要包含果汁茶饮料、果味茶饮料、奶茶饮料、奶味茶饮料、碳酸茶饮料及其他调味茶饮料。

#### 复（混）合茶饮料(blended teabeverage)

以茶叶和植（谷）物的水提取液或其浓缩液、干燥粉为原料，加工制成的，具有茶与植（谷）物混合风味的液体饮料。产品中茶多酚含量 150 mg/kg，咖啡因含量 325 mg/kg。

#### 茶浓缩液(concentrated teabeverage)

采用物理方法从茶叶水提取液中除去一定比例的水分经加工制成，加水复原后具有原茶汁应有风味的液态制品。产品按标签标注的稀释倍数稀释后其中的茶多酚和咖啡因含量应符合同类产品的规定。

数据来源：公开资料整理 目前，茶饮料已经成为我国第三大饮料品类之一，市场规模仅次于包装饮用水、果汁，与蛋白饮料一样，占各类饮料整体市场规模比重的19%。中国各类饮料市场份额分布占比

数据来源：公开资料整理 从2014年到2016年，我国茶饮料产量逐年增长，从3669万吨增长到4036万吨；到2017年我国茶饮料产量开始下降，降至3971万吨，同比下降1.61%；2018年我国茶饮料产量降速加快，为3449万吨，同比下降13.14%；2019年我国茶饮料产量为\*\*亿升。2014-2019年中国茶饮料产量

数据来源：公开资料整理 自2010年来，我国茶饮料行业零售量呈波动状态，到2014年升至近年最高点162.4亿升；截至2018年，我国茶饮料行业零售量有所回升，达到161.41亿升，同比增长11.9%；预计到2019年，我国茶饮料行业零售量将达到166.86亿升左右，到2020年将突破170亿升。2010-2020年中国茶饮料行业零售量及预测

数据来源：公开资料整理 我国茶饮料行业市场零售额基本随着行业零售量的走势而波动，2018年我国茶饮料市场零售额达到1366.9亿元，较上年增长15.7%；预计到2019年，中国茶饮料市场零售额将达到1435亿元左右，到2020年将零售额将达到1500亿元以上。2010-2020年中国茶饮料行业零售额及预测

数据来源：公开资料整理 在消费人群年龄画像上，我国茶饮料消费人群年龄集中在30岁以下，占比共计72.5%。其中20-29岁人群消费量占比达到52.4%，排名第一；其次是19岁

及以下人群，消费量占比20.1%；然后是30-39岁人群，消费量占比18.9%；40岁及以上人均占比仅为8.6%。中国茶饮料消费人群年龄占比

数据来源：公开资料整理 中国茶饮料市场集中度较高，其市占率排名前三的分别是康师傅、统一以及农夫山泉。据统计，2020年上半年康师傅营业总收入达到329.34亿元，较去年同期上升8.00%；统一营业总收入为118.17亿元，较去年同期上升3.03%；农夫山泉营业总收入为115.45亿元，较去年同期上升6.21%。2019H1-2020H1中国茶饮料三巨头营业总收入（单位：亿元）

数据来源：公开资料整理 从市场份额来看，中国茶饮料市场集中度较高，2019年前三名市场占有率共计75.7%左右。其中康师傅市场规模最高，达到341亿元，占中国茶饮料整体市场份额的43.3%；统一以185亿元的市场规模排名第二，市占率达到23.5%；农夫山泉排名第三，市场规模为62亿元，市占率为7.9%。2019H1-2020H1中国茶饮料三巨头茶饮料部分营收（单位：亿元）

数据来源：公开资料整理 延伸阅读： 2019年，中国茶饮料品牌力指数排行前二的依旧是康师傅和统一，品牌力指数分别为691.1、454.2；排名第三、四的品牌分别为娃哈哈、达利园，品牌力指数分别为385.2、329.1；农夫山泉的茶饮料品牌榜上前十有二，分别是排名第五的茶（品牌力指数为278.3）与排名第八的东方树叶（品牌力指数为262.6）。2020年中国茶饮料品牌力指数排行榜

序列

品牌

企业名称

品牌力指数

1

康师傅

顶新国际集团

692.4

2

统一

统一企业(中国)投资有限公司

467.8

3

娃哈哈

杭州娃哈哈集团有限公司

395.2

4

达利园

福建达利食品有限公司

330.6

5

茶

农夫山泉股份有限公司

316.7

6

今麦郎

今麦郎食品有限公司

295.6

7

东方树叶

农夫山泉股份有限公司

275.1

8

三得利

三得利(中国)投资有限公司

288.6

9

天喔茶庄

天喔食品(集团)有限公司

286.6

10

立顿

联合利华(中国)投资有限公司

247.4数据来源：公开资料整理(LJ)

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国茶饮料市场调研报告-市场竞争格局与投资商机研究》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。

它是业内企业、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。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020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

#### 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、中国茶饮料行业上游环节分析
- 四、中国茶饮料行业下游环节分析

#### 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 2017-2020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 欧盟茶饮料行业地区市场分析

- 一、欧盟茶饮料行业市场现状分析
- 二、欧盟茶饮料行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟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、全社会消费品茶饮料总额
- 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
- 三、行业发展特点分析
- 四、行业发展动态

### 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 中国茶饮料行业供需平衡分析

### 第六节 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 2017-2020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分析

#### 二、中国茶饮料行业企业集中度分析

### 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 中国茶饮料行业竞争力分析

#### 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

### 第六节 产业结构发展预测

#### 一、产业结构调整指导政策分析

#### 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

#### 三、中国茶饮料行业参与国际竞争的战略市场定位

#### 四、产业结构调整方向分析

## 第七章 2017-2020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者基本情况

### 第二节 中国茶饮料行业消费者属性及偏好调查

### 第三节 茶饮料行业成本分析

### 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、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 2017-2020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 华北地区市场分析

##### 一、华北地区概述

##### 二、华北地区经济环境分析

##### 三、华北地区茶饮料市场规模分析

##### 四、华北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 2017-2020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SWOT分析

#### 一、行业优势分析

#### 二、行业劣势分析

#### 三、行业机会分析

#### 四、行业威胁分析

### 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、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

### 第二节 企业

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

### 第三节 企业

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

### 第四节 企业

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

### 第五节 企业

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

### 第六节 企业

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

### 第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务

### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

#### 第八节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营业务

##### 三、运营情况

##### 四、公司优劣势分析

#### 第九节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营业务

##### 三、运营情况

##### 四、公司优劣势分析

#### 第十节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营业务

##### 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机遇、风险与营销分析

## 第一节 茶饮料产业投资面临的机遇

- 一、政策机遇
- 二、技术创新机遇
- 三、市场机遇
- 四、其他机遇

## 第二节 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分析
- 四、茶饮料行业其他风险分析

## 第三节 茶饮料行业企业经营发展分析及建议

- 一、茶饮料行业经营模式
- 二、茶饮料行业销售模式
- 三、茶饮料行业创新方向

## 第四节 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 中国茶饮料行业定价策略分析

### 第三节 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

### 第四节 中国茶饮料行业价格策略

### 第五节 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/shipin/518271518271.html>