

# 2021年中国现制茶饮行业分析报告- 市场竞争策略与投资潜力研究

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《2021年中国现制茶饮行业分析报告-市场竞争策略与投资潜力研究》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/560108560108.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

一、行业概述 根据中国烹饪协会的定义，现制茶饮是指以茶叶或其浸泡液和(或)浓缩液、茶粉等提取物为原料，添加或不添加其他乳和(或)乳制品，糖或糖浆，新鲜果蔬或其他食品配料调配而成的现调饮料。现制茶饮也就是我们常见的奶茶产品，是属于现调饮料类别下的“茶及调味茶饮料”。现制茶饮可分为传统茶饮和新式茶饮，其中传统茶饮通常是与奶精粉勾兑而成；新式茶饮则是使用天然原料和优质茶叶萃取等制作。

### 现制茶饮的分类

资料来源：观研天下整理

我国的现制茶饮起源于1987年在台湾开始流行的珍珠奶茶。此后随着台湾娱乐文化的发展，珍珠奶茶进入中国大陆；1996-2015年期间，我国诞生了很多全国性的奶茶连锁品牌；2016-2019年，新式茶饮快速发展，诞生了包括喜茶、奈雪的茶等在内的茶饮品牌；2020年至今，我国现制茶饮市场进一步细分规模化发展，产品也不断发展创新。

### 我国现制茶饮行业发展历程

资料来源：观研天下整理 二、市场现状

1、市场规模 2015-2020年，我国现制茶饮市场规模逐年递增。2015年现制茶饮行业市场规模为422亿元；到2020年现制茶饮行业市场规模已经到达1136亿元。2015-2020年复合年均增长率约为21.9%，我国现制茶饮市场规模持续扩大且快速增长，近年来，国内市场上的咖啡店也开始卖起了茶饮，比如瑞幸咖啡在2020年7月初便宣布进军新茶饮市场，并推出10余款小鹿茶产品。

### 2015-2020年我国现制茶饮市场规模情况

资料来源：观研天下数据中心整理

2、门店发展 根据美团点评数据显示，2017年我国现制茶饮行业门店数量只有约25万家左右；到2020年年底门店数量已突破50万家。其中贡献率最大的是蜜雪冰城，今年6月其官方宣布门店数量已突破1万家；书亦烧仙草也在其官方微信公众号宣布门店数量已达到5000家。目前我国现制茶饮行业门店数量仍在继续增加。

### 2017-2020年我国现制茶行业饮门店数量情况

资料来源：公开资料整理

虽然我国现制茶饮行业在门店上的数量得到了较好的扩张，但是其在门店的“质量”上还

存在许多问题。今年我国多地的现制茶饮门店就因原材料变质、存储不当、卫生环境恶劣及工作人员未佩戴口罩、无健康证等经营不规范等问题需面临整改。

## 2021年我国现制茶饮行业监管情况

时间

事件

2021年2月

上海奉贤区市场监管局突击检查奉贤宝龙广场茶百道门店，发现存在原料未封口、工作人员健康证不齐、口罩佩戴不规范等问题。

2021年5月

郑州市监管部门对郑州市529家蜜雪冰城门店展开 仁 鋤 憲 溟 鮑 爻 龠 鞞 俚 期整改，3家门店立即停业整改，当场对9家门店下达行政处罚决定书。

2021年6月

南京市玄武区市场监管局公布的专项抽检结果显示，在16批次果茶、6批次食用冰中检出喜茶旗下产品在微生物、糖类方面存在风险。

2021年8月

广东省部署并开展了对全省范围内“奈雪的茶”门店和相关网红饮品店专项风险隐患突击检查活动，共检查“奈雪的茶”及同类门店1233家，发出现场责令整改通知书33份，警告2家。

资料来源：观研天下整理

伴随着我国现制茶饮门店的扩张，门店在经营管理上的不确定性开始增加，门店管理的升级和员工培训方面开始怠慢。然而，在当今消费升级和“大健康”的背景下，我国现制茶饮品牌应该从追求“数量”向追求“质量”转变，为广大消费者提供既美味又健康的现制茶饮。

## 5、销售渠道

目前我国现制茶饮行业的销售渠道主要分为线下门店销售和线上渠道，其中线上渠道主要包括外卖点单和小程序点单两种。随着我国外卖行业的发展，加上疫情期间居家隔离的影响，我国现制茶饮行业的线上销售渠道相对来说占据优势。据数据显示，2020年我国现制茶饮线上销售额占比约为70%，而线下销售额占比只有大约30%。

2020年我国现制茶饮线上、线下销售额占比情况

资料来源：公开资料整理

在线上消费渠道——外卖方面，2020年受疫情影响我国现制茶饮外卖零售额达到284亿元，占零售消费总值的比重增至25%。

其中最具代表性的品牌茶百道在2020年多次凭借月销 唠 箱 嚙 灣 湓 什 獬 麋 门店甚至仅凭一款单品就达到外卖月销5000+的成绩。在外卖的运营方面，茶百道形成了一

套属于自己的运营体系，通过精细化的外卖运营（包括线上菜单设计、产品定价、产品排序、场景设置、评论维护以及活动推广等）来提升销量，这一点是值得其他企业品牌学习借鉴的。

2015-2020年我国现制茶饮外卖零售额及其占比情况

资料来源：公开资料整理

在线上消费渠道——小程序方面，2020年里我国现制茶饮行业小程序销售额大约占到总销售额的40%。根据喜茶方面提供的数据，2020年年底，喜茶GO小程序用户已超3500万，且门店超过80%的订单也都来自小程序。

2020年喜茶和奈雪的茶小程序用户数情况

资料来源：公开数据整理

### 三、发展趋势

1、市场规模持续扩大，国际化进程加速 目前我国现制茶饮行业的市场规模已经突破千亿元，随着我国消费者消费能力的提升，以及新式茶饮在我国的发展，未来我国现制茶饮市场规模将继续增长。另外，我国的喜茶、奈雪的茶、蜜雪冰城等品牌已经布局海外市场，未来国内的现制茶饮品牌企业将陆陆续续走出国门，进入海外市场，加速国际化进程。

我国部分现制茶饮品牌出海情况

品牌

出海国家/城市

喜茶

新加坡

奈雪的茶

新加坡、日本

蜜雪冰城

越南

快乐柠檬水

首尔、纽约、波士顿、伦敦、旧金山、多伦多

资料来源：观研天下整理

### 2、门店扩张回归理性，市场监管进一步加强

我国现制茶饮门店的数量有较快扩张，但市面上有较多门店的“质量”不过关，“翻车”事件频频发生，门店经营不规范面临整改也是频繁出现。为了改善此类问题，品牌企业在门店上应该回归理性，不应该只是一味追求门店数量，而应该追求门店的“质量”，对门店的管理

进行升级，加强对员工的培训。

在市场监管上，今年福建省发布了《现制奶茶》的团体标准，结合现制奶茶生产特点和安全，对现制奶茶的技术要求、检验规则、标签、包装、运输和食用期限做出了规定。这将有助于提升我国现制茶饮的质量并推动行业的高质量发展。未来该行业的标准将不断完善，市场监管将进一步加强。（LQM）

观研报告网发布的《2021年中国现制茶饮行业分析报告-市场竞争策略与投资潜力研究》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。

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年中国现制茶饮行业发展概述

#### 第一节 现制茶饮行业发展情况概述

- 一、现制茶饮行业相关定义
- 二、现制茶饮行业基本情况介绍
- 三、现制茶饮行业发展特点分析
- 四、现制茶饮行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式

### 3、销售/服务模式

#### 五、现制茶饮行业需求主体分析

#### 第二节 中国现制茶饮行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、现制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、中国现制茶饮行业产业链环节分析

###### 1、上游产业

###### 2、下游产业

#### 第三节 中国现制茶饮行业生命周期分析

##### 一、现制茶饮行业生命周期理论概述

##### 二、现制茶饮行业所属的生命周期分析

#### 第四节 现制茶饮行业经济指标分析

##### 一、现制茶饮行业的赢利性分析

##### 二、现制茶饮行业的经济周期分析

##### 三、现制茶饮行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国现制茶饮行业进入壁垒分析

##### 一、现制茶饮行业资金壁垒分析

##### 二、现制茶饮行业技术壁垒分析

##### 三、现制茶饮行业人才壁垒分析

##### 四、现制茶饮行业品牌壁垒分析

##### 五、现制茶饮行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2021年全球现制茶饮行业市场发展现状分析

### 第一节 全球现制茶饮行业发展历程回顾

### 第二节 全球现制茶饮行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲现制茶饮行业地区市场分析

#### 一、亚洲现制茶饮行业市场现状分析

#### 二、亚洲现制茶饮行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲现制茶饮行业市场前景分析

### 第四节 北美现制茶饮行业地区市场分析

#### 一、北美现制茶饮行业市场现状分析

二、北美现制茶饮行业市场规模与市场需求分析

三、北美现制茶饮行业市场前景分析

第五节 欧洲现制茶饮行业地区市场分析

一、欧洲现制茶饮行业市场现状分析

二、欧洲现制茶饮行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲现制茶饮行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界现制茶饮行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球现制茶饮行业市场规模预测

第三章 中国现制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 中国现制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 中国现制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 中国现制茶饮行业运行情况

第一节 中国现制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

三、行业发展特点分析

第二节 中国现制茶饮行业市场规模分析

第三节 中国现制茶饮行业供应情况分析

#### 第四节 中国现制茶饮行业需求情况分析

#### 第五节 我国现制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 中国现制茶饮行业供需平衡分析

#### 第七节 中国现制茶饮行业发展趋势分析

### 第五章 中国现制茶饮所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国现制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 中国现制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 中国现制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年中国现制茶饮市场格局分析

#### 第一节 中国现制茶饮行业竞争现状分析

##### 一、中国现制茶饮行业竞争情况分析

##### 二、中国现制茶饮行业主要品牌分析

#### 第二节 中国现制茶饮行业集中度分析

##### 一、中国现制茶饮行业市场集中度影响因素分析

##### 二、中国现制茶饮行业市场集中度分析

#### 第三节 中国现制茶饮行业存在的问题

#### 第四节 中国现制茶饮行业解决问题的策略分析

#### 第五节 中国现制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年中国现制茶饮行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国现制茶饮行业消费市场动态情况

### 第二节 中国现制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 现制茶饮行业成本结构分析

### 第四节 现制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 中国现制茶饮行业价格现状分析

### 第六节 中国现制茶饮行业平均价格走势预测

- 一、中国现制茶饮行业价格影响因素
- 二、中国现制茶饮行业平均价格走势预测
- 三、中国现制茶饮行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2021年中国现制茶饮行业区域市场现状分析

### 第一节 中国现制茶饮行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地区现制茶饮市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区现制茶饮市场规模分析
- 四、华东地区现制茶饮市场规模预测

### 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、华中地区现制茶饮市场规模分析

#### 四、华中地区现制茶饮市场规模预测

##### 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、华南地区现制茶饮市场规模分析
- 四、华南地区现制茶饮市场规模预测

##### 第五节 华北地区现制茶饮市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区现制茶饮市场规模分析
- 四、华北地区现制茶饮市场规模预测

##### 第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区现制茶饮市场规模分析
- 四、东北地区现制茶饮市场规模预测

##### 第七节 西部地区市场分析

- 一、西部地区概述
- 二、西部地区经济环境分析
- 三、西部地区现制茶饮市场规模分析
- 四、西部地区现制茶饮市场规模预测

#### 第九章 2017-2021年中国现制茶饮行业竞争情况

##### 第一节 中国现制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 中国现制茶饮行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

##### 第三节 中国现制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 现制茶饮行业企业分析（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年中国现制茶饮行业发展前景分析与预测

#### 第一节 中国现制茶饮行业未来发展前景分析

一、现制茶饮行业国内投资环境分析

二、中国现制茶饮行业市场机会分析

三、中国现制茶饮行业投资增速预测

#### 第二节 中国现制茶饮行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国现制茶饮行业市场发展预测

一、中国现制茶饮行业市场规模预测

二、中国现制茶饮行业市场规模增速预测

三、中国现制茶饮行业产值规模预测

四、中国现制茶饮行业产值增速预测

五、中国现制茶饮行业供需情况预测

#### 第四节 中国现制茶饮行业盈利走势预测

一、中国现制茶饮行业毛利润同比增速预测

二、中国现制茶饮行业利润总额同比增速预测

### 第十二章 2021-2026年中国现制茶饮行业投资风险与营销分析

#### 第一节 现制茶饮行业投资风险分析

一、现制茶饮行业政策风险分析

二、现制茶饮行业技术风险分析

三、现制茶饮行业竞争风险分析

四、现制茶饮行业其他风险分析

#### 第二节 现制茶饮行业应对策略

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年中国现制茶饮行业发展战略及规划建议

#### 第一节 中国现制茶饮行业品牌战略分析

一、现制茶饮企业品牌的重要性

二、现制茶饮企业实施品牌战略的意义

三、现制茶饮企业品牌的现状分析

四、现制茶饮企业的品牌战略

## 五、现制茶饮品牌战略管理的策略

### 第二节 中国现制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 中国现制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年中国现制茶饮行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国现制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 中国现制茶饮行业营销渠道策略

- 一、现制茶饮行业渠道选择策略
- 二、现制茶饮行业营销策略

### 第三节 中国现制茶饮行业价格策略

### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国现制茶饮行业重点投资区域分析
- 二、中国现制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/560108560108.html>