

2018-2024年中国饮品店行业市场运营现状调查与 投资前景规划预测报告

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《2018-2024年中国饮品店行业市场运营现状调查与投资前景规划预测报告》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/310580310580.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

1.从地级城市看奶茶行业效益

如今的中国颇有中产阶级生活方式的味道，而在中产阶级生活中，奶茶几乎是不可替代的产品。据统计，光是在我过一个地级城市，奶茶加盟店就有1000多家。

奶茶原料加工代理多达60余家;奶茶设备、器具厂家和代理商30多家。算下来，整座城市一年的奶茶消费可以达到20亿元以上，而且以上这些数据，还在不断上升，一点也没有要停止的意思。再加上如今创业浪潮席卷全国，可以想象2017年的奶茶行业必然是更上一个阶梯。

2.从增长速度看奶茶行业前景

如果要让你回想奶茶在中国的发展历史，你会觉得，奶茶行业似乎才刚刚起步，前几年还只能听到各种奶茶店的名声，如今满城都是“柠檬工坊”。没错，虽然国内咖啡市场才刚起步，但是增长速度却呈几何级，根据统计，其增长率每年保持在10%~15%之间，甚至超过了我国人均GDP的增长速度。

凭借着我国庞大的人口基数，有权威理论甚至做出预测：在未来几年，中国将有望成为全世界潜力的奶茶消费大国，其增长速度，将会跃居世界首位。柠檬工坊奶茶也因早日抢占市场，将比其他国产奶茶饮品品牌更多一分优势。

3.从发展空间看奶茶行业潜力

虽然我国奶茶消费市场增长率每年都有10%以上，但是人均年消费量却相当相当低下。欧美等发达国家平均每人每年奶茶消费量在500—1000杯左右，即便同为亚洲国家的日本和韩国，人均年消费也分别超过了300杯和200杯。可见中国的奶茶需求量是非常巨大的，未来的发展空间也是巨大的。再加上如今我过经济增长速度一日千里，生活质量又“节节攀升”，可以想象2017年的奶茶行业市场必定是供不应求。

4.从行业环境看奶茶加盟行业

我国奶茶前景的骤然井喷，大大小小的奶茶品牌已经随处可见，但是在质量上却是差距严重。在如今这个餐饮行业纷纷追求时尚、潮流的年代，一家奶茶店的环境、文化理念必将成为

其能否立足奶茶领域的关键。

千亿饮品市场规模 资料来源：观研天下数据中心整理

奶茶在国内的发展可大致分为连锁经营阶段及工业化经营阶段。

A.连锁经营阶段

20世纪90年代中期以来，以港式奶茶和台式奶茶为代表的新式奶茶开始逐渐将连锁销售网络拓展至全国，其中港式奶茶以英式奶茶为基础衍生而来；台式珍珠奶茶则以植脂末替代鲜奶为主要成分，并以连锁及加盟等经营模式风靡全国。

B.工业化经营阶段

21世纪初期，联合利华旗下全球茶饮料领先品牌立顿最早在国内推出袋装即调奶茶，开创了奶茶产品工业化生产经营的先河；2005年，香飘飘在国内市场率先推出杯装奶茶产品。由于珍珠奶茶的“珍珠”主要成份为淀粉，不易保存，香飘飘率先使用椰果替代“珍珠”，并迅速成长为国内杯装奶茶市场的领导企业；广东喜之郎集团有限公司旗下的“优乐美”品牌、浙江大好大食品有限公司旗下“香约”品牌杯装奶茶陆续投放市场。随着香飘飘、喜之郎、大好大、立顿等知名企业陆续进入杯装奶茶及盒袋装奶茶市场，市场导入及消费者培育逐渐完成，奶茶产品已成为国内饮料工业发展的新的增长点。

2007年，麒麟控股株式会社瓶装午后红茶奶茶（现名午后奶茶）率先上市；同年，娃哈哈呦呦奶茶开始切入市场；2009年统一推出阿萨姆奶茶，并迅速成长为国内瓶装奶茶市场的领导者。随着各大饮料巨头的陆续进入和大规模市场推广，瓶装奶茶市场规模迅速扩大，目前国内瓶装奶茶市场主要品牌包括统一、康师傅、娃哈哈、麒麟、三得利等。

（2）奶茶行业概况

目前国内奶茶市场主要产品形态有液态瓶装奶茶、杯装奶茶、盒袋装奶茶以及通过门店形式直接现场制作并向消费者出售的现调奶茶。前三种奶茶产品可以实现工厂化大规模生产，为传统意义上的快速消费品，而门店形式现调奶茶属性为休闲餐饮，生产工艺、销售渠道、消费群体与前三种奶茶具有较大差异。

经过多年发展，国内奶茶市场具有如下特点：

①饮料行业巨头开始向该市场渗透，产品竞争升级

由于奶茶行业作为饮料制造业里新兴的细分行业，自2005 年以来销售快速增长，且毛利较高，吸引了众多市场参与者进入，饮料行业巨头纷纷争相进入奶茶市场。

国内奶茶行业的竞争主要表现为品牌的竞争。随着大型饮料企业的进入，奶茶行业的竞争将更多体现在企业美誉度、品牌亲和力、食品安全、产品质量、产品特质、渠道渗透、广告投入、产品创新、产品包装设计推广、消费理念的倡导等方面的竞争。

②消费人群逐渐扩展，受众范围逐渐扩大

随着国内居民收入水平的提高，外出旅游、休闲消费越来越成为国内居民生活的重要组成部分，旅游休闲产业兴起。奶茶作为时尚饮品及休闲消费饮品，具有方便快捷时尚的特点，受到市场欢迎。奶茶产品的消费者大多是追求潮流的年轻消费者。随着经济的持续发展和居民可支配收入的增长，以及奶茶产品的不断升级和多样化，奶茶消费人群不断扩展，受众范围逐渐扩大。奶茶产品消费者原来以女性消费群体为主，近年来男性消费群体也得到不断扩展；奶茶产品消费者原来以15-25 岁年龄层为主，近年来各年龄段的人逐步接受；奶茶产品消费者原来以学生为主，近年来向各种职业人群渗透；另外，由于奶茶市场的不断推广普及，大城市中高收入白领对奶茶产品的需求有所增加。而随着礼盒装、家庭分享装等产品形态的推出，奶茶产品逐渐成为节日礼品及日常家庭消费品。

③消费者对品牌认知程度逐渐加强

出于对食品安全及产品质量的顾虑，消费者在购买奶茶产品时，往往倾向于选择知名度高、认可度强的产品，香飘飘、优乐美等知名品牌在奶茶市场竞争中更易被消费者接受。消费者对品牌认可程度的加强，导致知名品牌在奶茶市场中形成“领军品牌”效应，强化了知名品牌在市场竞争中的地位。打造企业的品牌形象、巩固在消费者心中的独特品牌地位，成为众多奶茶企业开拓市场的重要手段。根据AC 尼尔森的统计数据，国内奶茶行业品牌集中度不断增加。

④仿冒伪劣产品开始出现，扰乱了市场秩序

由于奶茶行业存在较大的利润空间，部分饮料企业通过仿冒知名品牌的商标、名称和包装等生产假冒伪劣产品。不健康、不达标的产品直接影响消费者的体验，这不仅损害消费者长时间建立起来的品牌认可，侵害被仿冒品牌的企业形象和利益，还扰乱了市场秩序，破坏了奶

茶行业的健康发展，影响了整个行业的发展水平，市场竞争秩序尚待规范。

观研天下发布的《2018-2024年中国饮品店行业市场运营现状调查与投资前景规划预测报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

【报告大纲】

第一章 2016-2017年中国饮品店行业发展概述

第一节 2016-2017年饮品店行业发展情况概述

一、饮品店行业相关定义

二、饮品店行业基本情况介绍

三、2016-2017年饮品店行业国内发展特点分析

第二节 2016-2017年中国饮品店行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、饮品店行业产业链条分析

三、2016-2017年中国饮品店行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 2016-2017年中国饮品店行业生命周期分析

一、饮品店行业生命周期理论概述

二、2017年饮品店行业所属的生命周期分析

第四节 2016-2017年饮品店行业经济指标分析

二、2016-2017年饮品店行业的赢利性分析

四、2016-2017年饮品店行业的经济周期分析

三、饮品店行业附加值的提升空间分析

第五节 2016-2017年国中饮品店行业进入壁垒分析

- 一、饮品店行业技术壁垒分析
- 二、饮品店行业规模壁垒分析
- 三、饮品店行业品牌壁垒分析
- 四、饮品店行业其他壁垒分析

第二章 2016-2017年全球饮品店行业市场发展现状分析

第一节 全球饮品店行业发展历程回顾

第二节 2016-2017年全球饮品店行业市场区域分布情况

第三节 2016-2017年亚洲饮品店行业地区市场分析

- 一、2016-2017年亚洲饮品店行业市场现状分析
- 二、2016-2017年亚洲饮品店行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2024年亚洲饮品店行业市场前景分析
- 四、2018-2024年亚洲饮品店发展趋势分析

第四节 2016-2017年北美饮品店行业地区市场分析

- 一、2016-2017年北美饮品店行业市场现状分析
- 二、2016-2017年北美饮品店行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2024年北美饮品店行业市场前景分析
- 四、2018-2024年北美饮品店行业发展趋势分析

第五节 2016-2017年欧盟饮品店行业地区市场分析

- 一、2016-2017年欧盟饮品店行业市场现状分析
- 二、2016-2017年欧盟饮品店行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2024年欧盟饮品店行业市场前景分析
- 四、2018-2024年欧盟饮品店行业发展趋势分析

第六节 2018-2024年世界饮品店行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球饮品店行业市场规模预测

- 一、2018-2024年亚洲饮品店行业市场规模预测
- 二、2018-2024年北美饮品店行业市场规模预测
- 三、2018-2024年欧盟饮品店行业市场规模预测

第三章 2016-2017年中国饮品店产业发展环境分析

第一节 2016-2017年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 2016-2017年中国饮品店行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第四节 2016-2017年中国饮品店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 2015-2017年中国饮品店产业运行情况

第一节 中国饮品店行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业技术现状分析

三、行业发展特点分析

第二节 2015-2017年中国饮品店行业市场规模分析

第三节 2015-2017年中国饮品店行业供应情况分析

一、行业生产企业分析

二、2015-2017年中国饮品店行业产能情况分析

三、2015-2017年中国饮品店行业产能区域分布情况

第四节 2015-2017年中国饮品店行业需求情况分析

一、2015-2017年中国饮品店行业行业需求量分析

二、2015-2017年中国饮品店行业行业需求区域分布

第四节 2018-2024年中国饮品店行业发展趋势分析

第五章 2016-2017年中国饮品店市场格局分析

第一节 2016-2017年中国饮品店行业竞争现状分析

一、中国饮品店行业竞争情况分析

二、中国饮品店行业主要品牌分析

第二节 2016-2017年中国饮品店行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节 2016-2017年中国饮品店行业存在的问题

第四节 2016-2017年中国饮品店行业解决问题的策略分析

第五节 2016-2017年中国饮品店行业竞争力分析

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

第六章 2016-2017年中国饮品店市场价格走势分析

第一节 2016-2017年饮品店行业价格影响因素分析

一、成本因素

二、供需因素

三、渠道因素

四、其他因素

第二节 2016-2017年中国饮品店行业价格现状分析

一、2016-2017年饮品店行业平均价格走势回顾分析

二、2018年饮品店行业平均价格走势预测

第三节 2018-2024年中国饮品店行业平均价格走势预测

一、价格预测依据

二、2018-2024年中国饮品店行业平均价格走势预测

三、2018-2024年中国饮品店行业平均价格增速预测

第七章 2015-2017年中国饮品店行业区域市场现状分析

第一节 2015-2017年中国饮品店行业区域市场规模分布

第二节 2015-2017年中国华东地区饮品店市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、2015-2017年华东地区饮品店市场规模分析

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、2015-2017年华中地区饮品店市场规模分析

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、2015-2017年华南地区饮品店市场规模分析

第五节 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、2015-2017年华北地区饮品店市场规模分析

第八章 2016-2017年中国饮品店行业竞争情况

第一节 2016-2017年中国饮品店行业竞争结构分析（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 2016-2017年中国饮品店行业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 2016-2017年中国饮品店行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第九章 中国饮品店所属行业数据监测

第一节 中国饮品店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 中国饮品店所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国饮品店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

第十章 我国饮品店行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节 喜茶

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 鲍师傅

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

第三节 T plus

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

第四节 高乐雅咖啡

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

第五节 芭依珊

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

第六节 一点点

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

第七节 四云奶盖贡茶

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

第八节 奈雪の茶

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

第九节 丧茶

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

第一节2018-2024年中国饮品店行业未来发展前景分析

- 一、2018-2024年行业国内投资环境分析
 - 二、2018-2024年中国饮品店行业市场机会分析
 - 三、2018-2024年中国饮品店行业投资增速预测
- ## 第二节2018-2024年中国饮品店行业未来发展趋势预测
- ## 第三节2018-2024年中国饮品店行业市场发展预测

- 一、2018-2024年中国饮品店行业市场规模预测
- 二、2018-2024年中国饮品店行业市场规模增速预测
- 三、2018-2024年中国饮品店行业产值规模预测
- 四、2018-2024年中国饮品店行业产值增速预测

第四节2018-2024年中国饮品店行业盈利走势预测

- 一、2018-2024年中国饮品店行业毛利润同比增速预测
- 二、2018-2024年中国饮品店行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国饮品店行业投资风险与营销分析

第一节 2018-2024年饮品店行业投资风险分析

- 一、2018-2024年饮品店行业政策风险分析
- 二、2018-2024年饮品店行业技术风险分析
- 三、2018-2024年饮品店行业竞争风险分析
- 四、2018-2024年饮品店行业其他风险分析

第二节 2018-2024年饮品店行业企业经营发展分析及建议

- 一、2018-2024年饮品店行业经营模式
- 二、2018-2024年饮品店行业生产模式
- 三、2018-2024年饮品店行业销售模式

第三节 2018-2024年饮品店行业应对策略

- 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 2018-2024年中国饮品店行业发展策略及投资建议

第一节 2018-2024年中国饮品店行业品牌战略分析

- 一、饮品店企业品牌的重要性
- 二、饮品店企业实施品牌战略的意义
- 三、饮品店企业品牌的现状分析
- 四、饮品店企业的品牌战略

五、饮品店品牌战略管理的策略

第二节2018-2024年中国饮品店行业市场的重点客户战略实施

- 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 2018-2024年中国饮品店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 2018-2024年中国饮品店行业发展策略及投资建议

第一节2018-2024年中国饮品店行业产品策略分析

- 一、产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节2018-2024年中国饮品店行业营销渠道策略

- 一、2018-2024年饮品店行业营销模式
- 二、2018-2024年饮品店行业营销策略

第三节2018-2024年中国饮品店行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、2018-2024年中国饮品店行业投资区域分析
- 二、2018-2024年中国饮品店行业投资产品分析

(GYFSWLP)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/310580310580.html>