

中国现制茶饮行业现状深度研究与投资前景预测报告（2025-2032）

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《中国现制茶饮行业现状深度研究与投资前景预测报告（2025-2032）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202505/751759.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

现制茶饮是指以茶叶或其浸泡液、浓缩液、茶粉等提取物、其他乳和（或）乳制品、新鲜果蔬或其他食品配料中的一种或多种为原料，通过现场调配而成的即调即饮的饮料。

从产业链来看，现制茶饮行业产业链上游包括茶叶、水果、果汁、奶制品、坚果、糖类、椰果等口感颗粒、水等原料以及食品添加剂、制作设备和包装材料等；中游可分为水果茶、鲜奶茶、气泡茶、奶盖茶、冷泡茶等品类；下游包括小程序、APP、外卖平台、品牌门店、便利店、商超等线上和线下销售渠道，并最终到达消费者手中。

资料来源：公开资料、观研天下整理

全球市场规模来看，现制茶饮是现制饮品市场中最大细分品类。2020-2024年，全球现制饮品市场规模呈增长态势。2024年全球现制饮品市场规模为8397亿美元，同比增长7.8%。

资料来源：公开资料、观研天下整理

国内市场规模来看，现制饮品方面，中国现制饮品市场正蓬勃发展，相比较成熟的市场，具有庞大的增长空间。2024年中国现制饮品市场规模达到6279亿元，同比增长21.33%。

资料来源：公开资料、观研天下整理

一直备受中国人喜爱的茶，创新性加入新鲜水果等原料便成为现制茶饮，在我国现制茶饮受到广大消费者青睐，成为人们日常工作及休闲生活的必备饮品。2024年中国现制茶饮市场规模达到3127亿元，同比增长20.97%。

资料来源：公开资料、观研天下整理

现制饮品店方面，现制饮品店是消费者购买现制饮品的主要渠道。目前现制茶饮店在中国三线及以下城市覆盖程度有限，导致消费者对现制饮品的需求未得到充分满足，未来可挖掘市场空间较大。2024年中国现制茶饮店市场规模达到2573亿元，同比增长21.65%。

资料来源：公开资料、观研天下整理

从市场结构来看，现制饮品店是消费者购买现制饮品的主要渠道。在中国各线城市中，三线及以下城市人口众多，预期将成为中国现制茶饮店市场中增速最快的细分市场。2023年，三线及以下城市现制茶饮店市场规模合计为960亿元，占中国现制茶饮店总体市场规模的45.4%，高于其他城市等级。

资料来源：公开资料、观研天下整理

消费渠道方面，现制茶饮的消费渠道包括店内饮用及自取和外卖，其中店内饮用及自取202

3年市场规模占比54.99%，外卖市场规模占比45.01%。随着外卖服务出现以及消费者对购买便利性的需求不断增加，中国现制茶饮店外卖服务市场占比将持续增加。

数据来源：公开资料、观研天下整理

价格方面，现制茶饮店分为高价现制茶饮店（产品平均售价高于20元）、大众现制茶饮店（产品平均售价在10-20元之间）和平价现制茶饮店（产品平均售价低于10元）。其中，大众现制茶饮店市场是中国现制茶饮店市场中规模最大的细分市场，占比达到51.3%。

数据来源：公开资料、观研天下整理

重点企业来看，我国现制茶饮行业已进入品牌化发展阶段，优势品牌快速扩张，规模效应日益显著，市场开始出现向优势品牌集中的趋势。蜜雪冰城、古茗、茶百道、沪上阿姨等头部品牌集中冲刺港股上市，现制茶饮行业迎来上市热潮。

中国现制茶饮重点品牌的门店数量及业务介绍	排名	品牌名称	门店数量（家）
业务特点及市场定位	1	蜜雪冰城	46479
全球门店数第一，主打高性价比(均价6元)，覆盖全品类(奶茶、冰淇淋、果饮,供应链自建率达60%，下沉市场渗透率超65%)			
2 古茗 9914 深耕南方市场,聚焦10-18元中端价格带，果茶占比超60%，冷链配送实现“两天一配”，乡镇门店占比达40%			
3 沪上阿姨 9367 北方市场占有率第一，三线以下城市门店占比50.4%,以“五谷奶茶+鲜果茶”为特色,2025年新增“茶瀑布”平价子品牌			
4 茶百道 8395 国风奶茶代表品牌，首创竹香奶茶等创新品类,数字化运营能力突出(如AI调茶机)，一线城市商圈覆盖率超80%			
5 霸王茶姬 6440 定位高端市场(均价17元)，主打原叶鲜奶茶，2024年GM增速达173%，海外布局156家门店，单店月均GMV超51万元			
6 书亦烧仙草 6852 以烧仙草为核心产品,强调健康属性,西南地区市占率超30%，48%门店布局在华中及西南非核心商圈			
7 CoCo都可 4519 台式奶茶经典品牌，外带模式为主，主打珍珠奶茶和鲜果茶,一二线城市商业中心覆盖率45%			
8 喜茶 4000+ 直营模式为主，2024年开放加盟后新增345家加盟店,聚焦“鲜果茶+灵感烘焙”，海外门店拓展至东南亚			
9 奈雪的茶 1798 “茶饮+软欧包”模式,直营门店亏损率18.82%，2025年推出健康轻食店型“奈雪green”，客单价降至26.7元			

资料来源：公开资料、观研天下整理

投融资来看，2024年中国现制茶饮行业相关投融资事件数量为14起，金额为9.08亿元；2025年1-4月，现制茶饮相关投融资事件数量为4起，金额达到1.15亿元。

数据来源：公开资料、观研天下整理（xyl）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国现制茶饮行业现状深度研究与投资前景预测报告（2025-2032）》

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，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。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024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 特点分析

三、 现制茶饮 行业基本情况介绍

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

第三节 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

第二章 中国 现制茶饮 行业监管分析

第一节 中国 现制茶饮 行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国 现制茶饮 行业政策法规

一、行业主要政策法规			
二、主要行业标准分析			
第三节 国内监管与政策对	现制茶饮		行业的影响分析
【第二部分 行业环境与全球市场】			
第三章 2020-2024年中国	现制茶饮		行业发展环境分析
第一节 中国宏观环境与对	现制茶饮		行业的影响分析
一、中国宏观经济环境			
二、中国宏观经济环境对	现制茶饮		行业的影响分析
第二节 中国社会环境与对	现制茶饮		行业的影响分析
第三节 中国对磷矿石易环境与对	现制茶饮		行业的影响分析
第四节 中国	现制茶饮		行业投资环境分析
第五节 中国	现制茶饮		行业技术环境分析
第六节 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
第七节 中国	现制茶饮		行业风险分析
一、	现制茶饮		行业宏观环境风险
二、	现制茶饮		行业技术风险
三、	现制茶饮		行业竞争风险
四、	现制茶饮		行业其他风险
第四章 2020-2024年全球	现制茶饮		行业发展现状分析
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		行业市场规模与区域分
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	2025-2032年全球现制茶饮	行业分	现制茶饮 走势预测
第七节	2025-2032年全球现制茶饮	行业市场规模预测	
【第三部分 国内现状与企业案例】			
第五章	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	
一、	影响中国 现制茶饮	行业市场规模的因素	
二、	中国 现制茶饮	行业市场规模	
三、	中国 现制茶饮	行业市场规模解析	
第三节	中国 现制茶饮	行业供应情况分析	
一、	中国 现制茶饮	行业供应规模	
二、	中国 现制茶饮	行业供应特点	
第四节	中国 现制茶饮	行业需求情况分析	
一、	中国 现制茶饮	行业需求规模	
二、	中国 现制茶饮	行业需求特点	
第五节	中国 现制茶饮	行业供需平衡分析	
第六节	中国 现制茶饮	行业存在的问题与解决策略分析	
第六章	中国 现制茶饮	行业产业链及细分市场分析	
第一节	中国 现制茶饮	行业产业链综述	
一、	产业链模型原理介绍		
二、	产业链运行机制		
三、	现制茶饮	行业产业链图解	
第二节	中国 现制茶饮	行业产业链环节分析	
一、	上游产业发展现状		
二、	上游产业对 现制茶饮	行业的影响分析	
三、	下游产业发展现状		
四、	下游产业对 现制茶饮	行业的影响分析	
第三节	中国 现制茶饮	行业细分市场分析	
一、	细分市场一		

二、细分市场二

第七章 2020-2024年中国	现制茶饮	行业市场竞争分析
第一节 中国	现制茶饮	行业竞争现状分析
一、中国	现制茶饮	行业竞争格局分析
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	行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征		
二、企业规模分 布	特征	
三、企业所有制分布特征		
第八章 2020-2024年中国	现制茶饮	行业模型分析
第一节 中国	现制茶饮	行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理		
二、供应商议价能力		
三、购买者议价能力		
四、新进入者威胁		
五、替代品威胁		
六、同业竞争程度		
七、波特五力模型分析结论		
第二节 中国	现制茶饮	行业SWOT分析
一、SWOT模型概述		
二、行业优势分析		
三、行业劣势		
四、行业机会		
五、行业威胁		
六、中国	现制茶饮	行业SWOT分析结论
第三节 中国	现制茶饮	行业竞争环境分析（PEST）
一、PEST模型概述		
二、政策因素		
三、经济因素		
四、社会因素		
五、技术因素		
六、PEST模型分析结论		

第九章 2020-2024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、其他因素		
第五节 中国	现制茶饮	行业价格现状分析
第六节 2025-2032年中国	现制茶饮	行业价格影响因素与走势预测
第十章 中国	现制茶饮	行业所属行业运行数据监测
第一节 中国	现制茶饮	行业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	行业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	行业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		
第十一章 2020-2024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析
一、影响	现制茶饮	行业区域市场分布的因素
二、中国	现制茶饮	行业区域市场分布
第二节 中国华东地区	现制茶饮	行业市场分析
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

(1) 华东地区 现制茶饮

(2) 华东地区 现制茶饮

(3) 华东地区 现制茶饮

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

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

(1) 华中地区 现制茶饮

(2) 华中地区 现制茶饮

(3) 华中地区 现制茶饮

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

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

(1) 华南地区 现制茶饮

(2) 华南地区 现制茶饮

(3) 华南地区 现制茶饮

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

第五节 华北地区 现制茶饮

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

(1) 华北地区 现制茶饮

(2) 华北地区 现制茶饮

(3) 华北地区 现制茶饮

行业市场分析

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

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

(1) 东北地区 现制茶饮

(2) 东北地区 现制茶饮

(3) 东北地区 现制茶饮

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区 现制茶饮

行业市场分析

(1) 西南地区 现制茶饮

行业市场规模

(2) 西南地区 现制茶饮

行业市场现状

(3) 西南地区 现制茶饮

行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区 现制茶饮

行业市场分析

(1) 西北地区 现制茶饮

行业市场规模

(2) 西北地区 现制茶饮

行业市场现状

(3) 西北地区 现制茶饮

行业市场规模预测

第九节 2025-2032年中国 现制茶饮 行业市场规模区域分布 预测

第十二章 现制茶饮 行业企业分析（随数据更新可能有调整）

第一节 企业一

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、公司优势分析

第二节 企业二

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、公司优势分析

第三节 企业三

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、公司优势分析

第四节 企业四

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、公司优势分析

第五节 企业五

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、公司优势分析

第六节 企业六

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、公司优势分析

第七节 企业七

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、公司优势分析

第八节 企业八

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、公司优势分析

第九节 企业九

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、公司优势分析

第十节 企业十

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、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032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、中国 现制茶饮 行业市场机会分析

二、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 行业规模发展预测

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

第十四章 中国 现制茶饮 行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国 现制茶饮 行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国 现制茶饮 行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 现制茶饮 行业品牌营销策略分析

一、 现制茶饮 行业产品策略

二、 现制茶饮 行业定价策略

三、 现制茶饮 行业渠道策略

四、 现制茶饮 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202505/751759.html>