

中国现制茶饮行业现状深度研究与发展前景分析 报告（2024-2031年）

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发展前景分析报告（2024-2031年）》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/202312/677894.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、行业基本概述

根据《现制茶饮的术语和产品分类》，现制茶饮是用原叶茶/茶汤、水果、鲜榨果汁/蔬菜汁、蔬菜、乳制品中一种或者多种食物为原料，然后与其他食品或者固体饮料混合(也可不混合)，再现场进行加工制成的混合液体/固液体饮料。现制茶饮风味独特且糖具备较强成瘾属性，消费者复购性强。

根据中国烹饪协会的定义，现制茶饮也就是我们常见的奶茶产品，属于现调饮料类别下的“茶及调味茶饮料”，该类饮料的定义是以茶叶或其浸泡液和(或)浓缩液、茶粉(包括速溶茶粉、研磨茶粉)等提取物为原料，添加或不添加其他乳和(或)乳制品，糖(食糖、淀粉糖)或糖浆，新鲜果蔬或其他食品配料调配而成的现调饮料。现制茶饮需要服务员现场制作，具备餐饮服务属性。

二、行业市场发展情况

1、市场规模整体保持增长态势，但增速有所放缓

近年来随着人均可支配收入的提高，居民消费能力增强，消费者为更高品质、更健康饮品的消费意愿变强。数据显示，2020年现制茶饮的平均售价为13.0元/杯，预计到2025年平均售价将提高至19.2元/杯。2022年我国现制茶饮销售额预计为1092亿元。其中中端、低端现制茶饮店现制茶饮产品销售额占比预计约为75.8%，平价茶饮占据市场主导。

2016-2022年我国现制茶饮行业市场规模不断增长。虽然2020年因疫情影响，外出活动受限，行业规模增速同比下降10%，但21年以来随着疫情缓和，市场规模迅速反弹。数据显示，2016-2022年我国现制茶饮行业市场规模由291亿元增长至2939亿元，年均复合增长率达47%。预计随着消费习惯的常态化、外卖服务的便捷化，现制茶饮市场规模未来将继续稳定增长，到2025年行业市场规模将达3749亿元。

数据来源：观研天下整理

虽然市场规模不断增长，但增速来看，市场发展放缓。数据显示，2022年我国现制茶饮行业市场规模增速只有5.1%；较2021年市场规模增速下滑了46.9个百分点。预计2025年我国现制茶饮行业市场规模增速也只有5.7%左右。可见目前我国现制茶饮整体已处于较饱和状态，潜在的成长空间在逐渐变小。

数据来源：观研天下整理

2、各级城市的现制茶饮店数量不断增长，其中一线城市饱和，品牌逐渐走向下沉市场

近年来我国现制茶饮的渗透率不断提高。数据显示，我国现制茶饮的消费群体达到2.50亿人，每年人均消费量为6.2杯，消费渗透率从2015年12.7%增长到了17.8%。随着消费习惯的常态化、现制茶饮的渗透率不断提高，各级城市的现制茶饮店数量不断增长，到2022年我

国共有46.7万家左右的现制茶饮店。其中一线城市、新一线城市、二线城市、三线及以下城市分别3.3万家、8.2万家、7.7万家、27.6万家。

目前在现制饮品门店中，茶饮的门店数量占比最大，但占比有所下滑。据中国连锁经营协会数据，2022年我国现制饮品门店中，茶饮门店数量占比达61.9%，较2020年的65.5%下降了3.6个百分点。

数据显示，观研天下整理

具体来看，目前一线城市逐渐饱和，现制茶饮品牌走向下沉市场。据相关数据显示，2020-2022年新一线城市现制茶饮门店数量占比由19.5%下降至18.7%；一线城市门店现制茶饮数量占比由9.6%下降至9.3%。

数据显示，观研天下整理

2020-2022年新一线城市现制茶饮订单数量占比由25%下降至24.8%；一线城市现制茶饮订单数量占比由12.8%下降至10.9%。

数据显示，观研天下整理

综上尽管门店数量和订单量整体在增长，但是一线、新一线的门店和订单数量都在下降，相反下沉市场的门店和订单数量在上涨，说明一线/新一线扩张已经走向饱和，下沉市场成为增长的主要来源。

而随着品牌走向下沉市场，则是开放加盟和降价。根据相关资料显示，现阶段高端品牌喜茶和奈雪都调低了自己的价格带，喜茶于2022年11月开放加盟，乐乐茶被奈雪收购后也于2023年4月开放加盟，奈雪本身也在7月开放了加盟。传统加盟店则是纷纷冲刺万店，竞争愈加激烈。蜜雪冰城门店数量已经超过2万家，古茗门店数超过7000家；茶百道、书亦烧仙草、沪上阿姨门店数均超过6000家。

数据显示，观研天下整理

三、行业市场竞争情况

2020年之前由于茶饮制作门槛较低，在行业高速增长阶段，入局企业逐年递增，但2020年后新增企业数量开始下滑，2022年新增约5.1万家，较21年减少4.9万家，整体增长趋于理性。

数据显示，观研天下整理

我国现制茶饮行业在2018年经历供给出清已进入成熟期，形成经营壁垒，潜在的成长空间越来越小，竞争逐渐激烈，另外头部品牌如蜜雪冰城、奈雪、喜茶等从影响消费者的消费因素及自身门店扩张能力上逐渐形成竞争壁垒，头部效应显著。

目前我国现制茶饮行业品牌梯队稳定。高端市场由喜茶、奈雪、乐乐茶寡头垄断，主攻高线城市；中端品牌代表包括茶百道、一点点、CoCo、茶颜悦色等各有优势；大众品牌代表蜜雪冰城等冲出红海。

整体市场集中度较低。按门店数量口径，2022年我国现制茶饮行业CR3、CR5约7.1%、9.4%，其中市占率Top3分别为蜜雪冰城、古茗、书亦烧仙草，占比分别为4.3%、1.4%、1.4%。

数据显示，观研天下整理（WW）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国现制茶饮行业现状深度研究与发展前景分析报告（2024-2031年）》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】

第一章 2019-2023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 2019-2023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规模与区域分布情况

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 2024-2031年世界现制茶饮行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球现制茶饮行业市场规模预测

第三章 中国现制茶饮行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对现制茶饮行业的影响分析

第三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

三、主要行业标准

第四节政策环境对现制茶饮行业的影响分析

第五节中国现制茶饮行业产业社会环境分析

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

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

第五章 中国现制茶饮行业产业链和细分市场分析

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

第三节我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

第六章 2019-2023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

第七章 2019-2023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、SOWT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

第八章 2019-2023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、中国现制茶饮行业平均价格趋势分析

二、中国现制茶饮行业平均价格变动的影响因素

第九章 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

第十章 2019-2023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、华东地区现制茶饮行业市场分析

- (1) 华东地区现制茶饮行业市场规模
- (2) 华南地区现制茶饮行业市场现状
- (3) 华东地区现制茶饮行业市场规模预测

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、华中地区现制茶饮行业市场分析

- (1) 华中地区现制茶饮行业市场规模
- (2) 华中地区现制茶饮行业市场现状
- (3) 华中地区现制茶饮行业市场规模预测

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、华南地区现制茶饮行业市场分析

- (1) 华南地区现制茶饮行业市场规模
- (2) 华南地区现制茶饮行业市场现状
- (3) 华南地区现制茶饮行业市场规模预测

第五节华北地区现制茶饮行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区现制茶饮行业市场分析

- (1) 华北地区现制茶饮行业市场规模
- (2) 华北地区现制茶饮行业市场现状
- (3) 华北地区现制茶饮行业市场规模预测

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、东北地区现制茶饮行业市场分析

- (1) 东北地区现制茶饮行业市场规模
- (2) 东北地区现制茶饮行业市场现状
- (3) 东北地区现制茶饮行业市场规模预测

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

第十一章 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、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031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

第十三章 2024-2031年中国现制茶饮行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 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

第二节 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

第十四章 2024-2031年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、行业目标客户群体

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、现制茶饮行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202312/677894.html>