

2021年中国茶饮料市场分析报告- 行业竞争现状与前景评估预测

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《2021年中国茶饮料市场分析报告-行业竞争现状与前景评估预测》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/539409539409.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

茶饮料是指用水浸泡茶叶，经抽提、过滤、澄清等工艺制成的茶汤或在茶汤中加入水、糖液、酸味剂、食用香精、果汁或植物抽提液等调制加工而成的制品。根据茶饮料产品风味分为茶饮料(茶汤)、调味茶饮料、复(混)合茶饮料及茶浓缩液四类。

茶饮料分类

名称

主要内容

茶饮料(茶汤)

是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 300mg/kg，咖啡因含量 40 mg/kg

调味茶饮料

是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(或乳制品)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。包括果汁茶饮料、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

是以茶叶和植(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 $\geq 150\text{mg/kg}$ ，咖啡因含量 $\geq 325\text{mg/kg}$

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。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

茶饮料的产业链中，上游为基础原料，主要成分为水、茶汤、各种食品添加剂等；中游为各类型的茶饮料，主要为果味茶饮料、奶茶饮料和碳酸茶饮料；下游为各个消费渠道，最后到达消费者。

我国茶饮料行业产业链 数据来源：公开资料整理

随着新式茶饮体验的诞生，我国茶饮市场实现快速增长。根据数据显示，2020年我国茶饮料行业零售市场总规模约为1136亿元，预计到2021年将达到4789亿元，同比增长16.61%。

2015-2021年我国茶饮料零售市场规模、增速及预测 数据来源：公开资料整理

目前我国茶饮料市场呈现“两超多强”格局，康师傅与统一由于进入市场时间较早，在中国大陆有较高的知名度和品牌效应，是我国茶饮料市场的龙头企业。其推出的爆款产品冰红茶更是几乎在过去占据了茶饮料市场的大部分市场份额。除了其主打产品冰红茶之外，康师傅近年来还推行多价格策略以满足不同需求层次消费者的需求。根据数据显示，2019年康

师傅与统一销售额分别为155.79亿元、56.16亿元。

2017-2019年茶饮料头部企业市场销售额 数据来源：公开资料整理

茶饮料市场不乏竞争者和新产品，但市场依然是由几个知名品牌占有。从茶饮料的品牌来看，2019年茶饮料的市场龙头企业依然是康师傅和统一，市场份额占比分别为43.3%和23.5%。近几年随着农夫山泉陆续推出的茶饮料产品不断上市，在茶饮料行业中也占有一席之地，占比7.9%。

2019年我国茶饮料行业品牌市场份额分布情况 数据来源：公开资料整理

从2019年中国茶饮料品牌力指数排行情况来看，尽管康师傅及统一牢牢占据行业前2的位置，但依旧有新品牌涌进榜单。凭借着主打年轻市场的产品茶π，农夫山泉从2016年的榜上无名逐步攀升到2019年的第5名，表明市场仍然给后来者留有机会。

2019年我国茶饮料品牌力指数排行榜TOP10 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2019年我国消费者平均每周购买3-5次茶饮料频率高达41%，每周少于一次购买频率的消费者仅占14%。我国消费者黏性强及高复购率也意味着茶饮消费习惯逐渐形成，将为行业贡献长期增长驱动力。

2019年我国消费者一周内购买茶饮料频率 数据来源：公开资料整理

未来茶饮料行业依旧是我国软饮料行业重要下属市场。目前农夫山泉、娃哈哈、可口可乐、香飘飘等企业已经着手开发新的茶饮产品，瞄准中高端市场。受到健康意识加强的影响，糖类添加过多的传统茶饮料已经无法满足消费者的需求，无糖茶的市场份额将逐步扩大。（TJL）

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。《2021年中国茶饮料市场分析报告-行业竞争现状与前景评估预测》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
- 四、茶饮料行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、茶饮料行业需求主体分析

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、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、中国茶饮料行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

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 欧洲茶饮料行业地区市场分析

一、欧洲茶饮料行业市场现状分析

二、欧洲茶饮料行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲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

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 我国茶饮料行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国茶饮料行业供需平衡分析

第七节 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影响因素分析

二、中国茶饮料行业市场集中度分析

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 2017-2020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市场动态情况

第二节 中国茶饮料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 茶饮料行业成本结构分析

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、渠道因素

四、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、华中地区茶饮料市场规模分析

四、华中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SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

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风险与营销分析

第一节 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

第二节 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

第四节 茶饮料行业竞争力提升策略

一、茶饮料行业产品差异性策略

二、茶饮料行业个性化服务策略

三、茶饮料行业的促销宣传策略

四、茶饮料行业信息智能化策略

五、茶饮料行业品牌化建设策略

六、茶饮料行业专业化治理策略

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

第三节 中国茶饮料行业价格策略

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/yinliao/539409539409.html>