



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国奶茶市场分析 及投资策略研究报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国奶茶市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/275230.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

牛奶与茶的融合，就产生了奶气茶香的奶茶。在中国大陆、台湾、香港、澳门，也门，中亚国家，印度，英国，新加坡，以及马来西亚等世界各地都有奶茶的芳香。如印度奶茶，以加入玛萨拉的特殊香料闻名；香港奶茶则以丝袜奶茶著称，台湾的珍珠奶茶也独具特色。奶茶兼具牛奶和茶的双重营养，是家常美食之一，风行世界。奶茶品种包括了奶茶粉，冰奶茶，热奶茶等。内蒙古则以草原奶茶为主，用来降火、驱寒。因气候的不同，烧奶茶的方式有两种，南方讲究个“拉”，两个杯子间牛奶和酃茶倒来倒去，在空中拉出一道棕色弧线，以便茶乳交溶。北方则说的是“煮”，将牛奶倒入锅中，煮沸后加入红茶再小火煮数分钟，加糖或盐过滤装杯。烧茶的工具也不同，拉茶多用一口满是沸腾牛奶的大锅，和一个装煮好酃茶的大铜壶，铜壶带龙头，常画上一只竖眼和三道杠，象征主神湿婆（Shiva），有时还装饰着新鲜的茉莉花串，煮茶则简单的多，一个煤油炉加一口小铝锅，哪里都能开张。拉茶常见于印度南部、新加坡、印度尼西亚和马来西亚，煮茶则遍布中亚和南亚的大部分地区，西藏的甜茶也属此类。茶原产于中国，沿着古代的丝绸之路传到印度。印度最早栽培茶树的地区是在西北部的阿萨姆，据说英国人就是从当地的部落那里学会喝茶的，由此看来，著名的英国下午茶也是印度奶茶的变种。当今世界最有名的茶产地当属大吉岭，尽管只有150多年的栽培史，其产量已占到印度总产量的25%。最好的头摘茶在国际市场上能卖到1公斤220美元，不过全世界每年销售的六万吨大吉岭茶中，真正出自大吉岭的只有一万两千吨。近年来国民经济持续稳定增长、居民消费水平的提升及消费结构的升级，推动国内饮料工业快速增长。饮料制造业主营业务收入从2005年的1,139.50亿元增长到2014年的5,784.86亿元，复合增长率达到19.78%。2005-2014年中国饮料制造业主营业务收入变动趋势分析

资料来源：艾凯咨询网整理 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。 报告目录：

第一章 奶茶行业发展状况综述 第一节 中国奶茶行业简介 一、奶茶行业的界定及分类 二、奶茶行业的特征 三、奶茶的主要用途 第二节 我国奶茶产业发展的"波特五力模型"分析 一、"波特五力模型"介绍 二、奶茶产业环境的"波特五力模型"分析 1、行业内竞争 2、买方侃价能力 3、卖方侃价能力 4、进入威胁 5、替代威胁 第三节 中国奶茶行业发展状况 一、中国奶茶行业发展历程 奶茶文化的历史源远流长。奶茶的起源和制作方式因各地生活习惯和饮食文化特点而有所不同，并逐渐衍生出草原奶茶、英式奶茶、港式奶茶、台式奶茶、拉茶、印度

奶茶等多种风味和品种。奶茶文化的起源可大致分为两部分：草原奶茶及英式奶茶。草原奶茶的起源自公元5世纪，中原茶文化逐步传入蒙古族、哈萨克族、藏族等草原民族部落。各草原部落居民日常饮食以牛羊肉居多，为了降低日常饮食中的油腻成份并帮助消化，草原部落居民习惯在喝奶的同时添加部份茶叶，从而逐渐产生制作奶茶的习惯和传统。传统草原奶茶使用的茶叶一般为砖茶，并结合当地丰富的奶制品资源，形成了独特的奶茶饮食文化。因此，国内奶茶饮食的传统和历史源远流长，并且草原奶茶至今仍是草原民族日常生活中必不可少的饮料之一。

英式奶茶的起源 17世纪初期，欧洲从印度、中国等地区引入红茶后，红茶逐渐成为当地的主流饮品，但由于红茶口感偏涩，当地居民便在茶中加入部分牛奶，以增加口感润滑的体验，从而形成了英式奶茶。之后英式奶茶传入香港，形成了港式奶茶；传入台湾以后，形成了台式奶茶。台式奶茶在原来基础上进行了一定的创新及改良：包括部分使用植脂末替代了奶茶中的牛奶，并采用芋头粉做成小颗粒加入奶茶，形成了“珍珠奶茶”。

奶茶的连锁经营阶段及工业化经营阶段 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。

## 二、中国奶茶行业发展面临的问题

### 第二章 奶茶产业发展环境分析

#### 第一节 国内宏观经济环境状况分析

一、国内宏观经济运行基本状况

二、我国奶茶工业发展分析

#### 第二节 相关产业政策影响及分析

一、国家“十二五”相关政策

二、其他相关政策

#### 第三节 奶茶产业发展社会环境分析

根据国家统计局的数据，我国人均软饮料消费量由2005年的25千克/年增长到2014年的118千克/年，呈现持续增长趋势。从饮料消费结构来看，目前饮用水及含乳饮料占据饮料行业较大份额。近年来，碳酸饮料占饮料行业份额有所下降，含乳饮料、茶饮料、植物蛋白及果汁蔬菜饮料、功能型饮料等细分领域占饮料行业

份额上升较快。因此我国人均饮料消费量及消费结构都有较大的发展和改善的空间，为行业内企业提供了较大的发展机会。 2005-2014年国内人均软饮料消费量分析 资料来源：艾凯咨询网整理 我国饮料行业经过近 30 年的高速增长，在不同的发展过程中曾现出了不同的主流品类，如上世纪 80 年代碳酸饮料是市场上的主流产品，90 年代瓶装饮用水兴起并成为市场主流，而进入 21 世纪后市场主流饮料品类变化明显加快。首先是茶饮料异军突起，然后是果汁饮品大放异彩，“非典”过后功能性饮料日渐被消费者认同和接受；而近年来人们对饮料消费诉求的差异化 and 个性化，更加促进了国内饮料市场品类的丰富。饮料产品呈现多元化、细分化发展趋势。 近年来，我国饮料市场的消费结构发生了较大变化，碳酸饮料行业销售收入占饮料行业销售收入比重有所下降，而茶饮料、果蔬饮料、含乳饮料及其他休闲型、营养型、功能型饮料增长迅速。从 2005 年到 2014 年，茶饮料及其他饮料制造业销售收入平均增幅达到 24.33%，高于整个饮料行业同期的平均增幅。随着整个现代社会工作、生活节奏的加快，生活水平的提高，消费者更加注重饮料消费对于生活品质和生活满足感的提升，因此各类方便快捷的休闲饮料和具有一定营养价值或功能性的饮料在未来饮料市场中将占据更大份额。

近年来国家各级监管部门不断加大市场管理和处罚力度，加强对市场上不合格产品和生产企业的打击力度。行业内的企业也纷纷建立更加完善的质量控制管理体系、并逐渐开始完成 HACCP 体系认证等，客观上全面提升了整个行业的产品质量和安全水平。同时，受监管部门日益严厉的查处措施及其带来的经营成本提升的影响，行业内企业出现了明显的分化，部分食品饮料企业由于食品安全质量不达标，被迫退出了市场，也同时给其他优质企业取得更大市场份额提供了机会。监管部门、消费者和食品饮料生产企业自身对产品质量安全的重视，对整个饮料行业的发展产生了积极而深远的影响。

第三章 2016-2022 年中国奶茶行业主要指标监测分析 第一节 2016-2022 年中国奶茶行业总体运行情况 第二节 2016-2022 年中国奶茶行业盈利能力分析 一、奶茶行业成本费用利润率分析 二、奶茶行业销售毛利率分析 三、奶茶行业销售利润率分析 四、奶茶行业总资产利润率分析 第三节 2016-2022 年中国奶茶行业偿债能力分析 第四节 2016-2022 年中国奶茶行业经营效率分析 第五节 2016-2022 年奶茶行业资产负债状况分析 一、2016-2022 年奶茶行业总资产状况分析 二、2016-2022 年奶茶行业总负债状况分析 三、2016-2022 年奶茶行业资产负债率分析 第六节 2016-2022 年我国奶茶行业成长性分析 第四章 奶茶行业上下游及相关产业分析 第一节 奶茶产业链分析 一、奶茶产业链模型介绍 二、奶茶产业链分析

## 奶茶产业链

资料来源：艾凯咨询网整理 奶茶所需的主要原材料包括脱脂奶粉及植脂末、茶粉、白砂糖等。因此，相关联的上游行业包括脱脂奶粉及植脂末加工业、茶粉加工业、白砂糖制造业。

奶茶制造业下游为终端消费者。1、上游行业与本行业的关联性及其影响上游行业主要包括农副产品加工业。近年来国家对农业的扶持力度持续加强，农副产品的价格基本保持稳定，部分大宗商品如白糖、棕榈油等价格呈现下降趋势。行业主要原材料供应稳定及时，市场竞争充分。随着国家监管部门对食品安全及质量控制管理要求日益严格，同时消费者对食品安全消费的提高，饮料生产企业对采购原材料的质量保证是重中之重。原材料的质量控制已经成为饮料制造企业销售的核心竞争力之一。2、下游行业与本行业的关联性及其影响本行业主要消费者以 15-35 岁年龄段的消费群体为主，终端消费者消费需求的稳定增长是本行业的生存与发展的基础，是行业长期可持续发展的保障。奶茶产品具有色泽时尚、香气馥郁、口感顺滑等多方面特点，尤其符合时尚

## 第二节 奶茶上游产业分析

### 一、奶茶上游产业发展现状分析

### 二、奶茶上游产业主要经济指标发展分析

#### 1、固定资产投资变化状况分析

#### 2、工业总产值变化状况分析

#### 3、产品销售收入变化状况分析

#### 4、企业数量变化状况分析

#### 5、赢利亏损企业数量变化状况分析

#### 6、从业人员变化状况分析

### 第三节 奶茶下游产业分析

### 一、奶茶下游产业发展现状分析

### 二、奶茶下游产业主要经济指标发展分析

#### 1、固定资产投资变化状况分析

#### 2、工业总产值变化状况分析

#### 3、产品销售收入变化状况分析

#### 4、企业数量变化状况分析

#### 5、赢利亏损企业数量变化状况分析

#### 6、从业人员变化状况分析

## 第五章 2016-2022年中国奶茶行业供需情况及2016-2022年供需预测

### 第一节 2016-2022年奶茶行业生产能力分析

### 第二节 2016-2022年奶茶行业产量及其增长速度分析

### 第三节 2015年奶茶行业地区结构分析

### 第四节 2016-2022年奶茶行业需求情况分析

#### 一、2016-2022年奶茶行业需求总量

#### 二、2015年奶茶行业需求结构变化

### 第五节 2016-2022年奶茶行业供需预测

#### 一、奶茶行业供给总量预测

#### 二、奶茶行业生产能力预测

#### 三、奶茶行业需求总量预测

### 第六节 2016-2022年国内奶茶行业影响因素分析

#### 一、宏观经济因素

#### 二、政策因素

#### 三、上游原料因素

#### 四、下游需求因素

## 第六章 国内奶茶竞争状况分析

### 第一节 国内奶茶竞争影响因素分析

#### 一、市场供需对奶茶竞争力的影响分析

#### 二、国家产业政策对奶茶竞争力的影响分析

#### 三、技术水平对奶茶竞争力的影响分析

奶茶产业发展初期，行业内企业多使用其他食品饮料工业领域的机械设备进行组合，并以人工操作方式完成设备无法覆盖的部分生产工艺流程，基本满足了奶茶的生产工艺要求。但因使用其他领域食品饮料工业机械设备组合的生产线工艺稳定性不足，产品品质和生产效率无法保证，因此行业内比较有实力的企业开始与食品饮料工业机械制造商共同研发针对奶茶产品特性和满足产品个性化工艺要求的生产设备，基本实现了生产工艺的半自动化和半机械化。近年来，日本、欧洲的食品工业机械逐渐在国内得到普及，基于日本、欧洲食品工业设备机械化程度较高，具有统一化、标准化和规范化等特征，国内少数竞争实力较强的企业开始逐渐通过引进国外先进的食品工业设备用于替代奶茶生产工艺流程的核心环节，未来将逐步实现奶茶产品的全自动化生产。

#### 四、原材料对奶茶竞争力的影响分析

### 第二节 国内奶茶竞争格局分析

#### (1) 杯装奶茶及盒袋装奶茶市场

#### 杯装奶茶及盒袋装奶茶

均为奶茶粉固体饮料。国内杯装奶茶及盒袋装奶茶市场经过多年优胜劣汰的市场选择，竞争格局已基本稳定。“香飘飘”、“优乐美”、“香约”、“立顿”成为国内杯装及盒袋装奶茶行业的主要参与者。其中，“香飘飘”、“优乐美”、“香约”为国内杯装奶茶市场的主要品牌；“优乐美”、“香约”、“立顿”为国内盒袋装奶茶市场的主要品牌。同时市场中还存在部分规模较小的市场参与者，其知名度较前述品牌低，靠低成本、低售价为竞争手段占领部分低端市场。随着消费者对品牌的认可度越来越高，大品牌市场占有率呈现稳步上涨的趋势。（2）液体奶茶市场无菌灌装液体奶茶产品在食品安全、产品品质、技术工艺、营销渠道、资本投入等方面对企业均提出较高的要求。因此，自2007年麒麟控股株式会社推出首款午后红茶奶茶（现名午后奶茶）以来，国内无菌灌装液体奶茶市场一直是大型饮料企业角逐的市场。目前无菌灌装液体奶茶领域知名企业主要包括统一、康师傅、麒麟、娃哈哈等。

### 第三节 国内奶茶产品竞争状况展望

#### 一、2015年主要奶茶企业动态

#### 二、国内奶茶行业竞争发展趋势

国内饮料工业市场是在改革开放之后慢慢发展起来的新兴市场，国家职能管理部门仅对产业进行宏观指导和调控，而未对企业数量及产品价格进行管制，因此国内饮料工业是一个开放的、市场化竞争程度较高的行业，同时又是一个进入门槛相对较低的行业。我国奶茶制造业属于完全竞争市场，行业竞争激烈，消费者对产品品牌及产品价格较为敏感。总体上，奶茶行业已经形成了若干全国性品牌主导市场销售的局面。

## 第七章 奶茶行业消费者分析

### 第一节 消费者偏好分析

#### 一、产品价格偏好

#### 二、产品质量偏好

#### 三、产品品牌与厂商偏好

### 第二节 奶茶行业消费者行为分析

### 第三节 奶茶行业消费者对品牌的认知度分析

### 第四节 中国奶茶产品目标客户群体调查

## 第八章 奶茶行业产品营销分析及预测

### 第一节 奶茶行业国内营销模式分析

### 第二节 奶茶行业主要销售渠道分析

### 第三节 奶茶行业价格竞争方式分析

### 第四节 奶茶行业营销策略分析

### 第五节 奶茶行业市场营销发展趋势预测

## 第九章 奶茶行业国内重点生产企业分析

### 第一节 企业A

#### 一、企业基本情况分析

#### 二、企业竞争优势分析

#### 三、公司科研与创新能力分析

#### 四、公司经营情况分析

#### 五、公司未来几年发展战略

### 第二节 企业B

#### 一、企业基本情况分析

#### 二、企业竞争优势分析

#### 三、公司科研与创新能力分析

#### 四、公司经营情况分析

#### 五、公司未来几年发展战略

### 第三节 企业C

#### 一、企业基本情况分析

#### 二、企业竞争优势分析

#### 三、公司科研与创新能力分析

#### 四、公司经营情况分析

#### 五、公司未来几年发展战略

### 第四节 企业D

#### 一、企业基本情况分析

#### 二、企业竞争优势分析

#### 三、公司科研与创新能力分析

#### 四、公司经营情况分析

#### 五、公司未来几年发展战略

### 第五节 企业E

#### 一、企业基本情况分析

#### 二、企业竞争优势分析

#### 三、公司科研与创新能力分析

#### 四、公司经营情况分析

#### 五、公司未来几年发展战略

### 第六节 企业F

#### 一、企业基本情况分析

#### 二、企业竞争优势分析

#### 三、公司科研与创新能力分析

#### 四、公司经营情况分析

#### 五、公司未来几年发展战略

### 第七节 企业G

#### 一、企业基本情况分析

#### 二、企业竞争优势分析

#### 三、公司科研与创新能力分析

#### 四、公司经营情况分析

#### 五、公司未来几年发展战略

## 第十章 奶茶市场发展趋势及策略建议

### 第一节 市场发展趋势分析

#### 一、产品与技

术二、市场竞争格局三、渠道与终端四、价格走势第二节 2016-2022年行业运行能力预测一、行业总资产预测二、工业总产值预测三、产品销售收入预测四、利润总额预测 第十一章 2016-2022年奶茶行业投资机会与风险分析第一节 2016-2022年中国奶茶行业投资机会分析第二节 2016-2022年奶茶行业环境风险一、国际经济环境风险二、宏观经济风险三、宏观经济政策风险第三节 2016-2022年奶茶行业产业链上下游风险一、上游行业风险二、下游行业风险三、其他关联行业风险第四节 2016-2022年奶茶行业市场风险一、市场供需风险二、价格风险三、竞争风险 第十二章 2016-2022年我国奶茶行业投资建议分析第一节 投资项目规模第二节 建议投资区域第三节 营销策略第四节 投资策略 图表目录：图表：国内生产总值同比增长速度图表：全国粮食产量及其增速图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）图表：进出口总额（亿美元）图表：广义货币（M2）增长速度（%）图表：居民消费价格同比上涨情况图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）图表：农村居民人均收入实际增长速度图表：人口及其自然增长率变化情况图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）图表：2016-2022年中国GDP增长预测图表：国内外知名机构对2016-2022年中国GDP增速预测图表。。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/275230.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源



对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

#### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。