

2026-2031年中国茶饮料行业市场分析与投资咨询报告

报告简介

近年来，软饮料市场结构发生了明显的变化，原来备受推崇的碳酸饮料逐渐“退烧”，而以茶饮料为代表的无糖饮品迅速崛起，成为饮料市场新的主力军。在国外，茶饮料是20世纪90年代欧美国家发展最快的饮料，在国际上被称为“新生代饮料”，被认为符合现代人崇尚天然、绿色的消费追求。

中国茶饮料市场自1993年起步，2001年开始进入快速发展期。饮料市场中，茶饮料已经占据了近半壁江山，成为饮料市场的主角，且中国茶饮料消费市场几乎以每年30%的速度增长。当前市场上的茶饮料大致有80多种，主要包括红茶、绿茶、花茶、乌龙、黑茶以及拼配的“乌龙香茶”、“茉莉红茶”等。

中国茶饮料迅速发展的原因在于，一方面，中国茶叶资源十分丰富，饮茶是中国人的固有文化和生活习惯，长期以来，中国人将茶作为“国饮”；另一方面，茶饮料和茶一样，富含多种对人体有益的物质，能够解渴、提神、有助于健康；再者，追求更好的生活质量和生活品质的价值观也在无形中推动着茶饮料市场的不断扩大。

我国每天有3亿多人在饮茶，如果发展到一半人饮茶将达到近7亿人口。如果有80%的中国人喝茶那就有10多亿人消费。但是我国人均消费茶叶还比较低，仅0.61kg，而世界年人均消费2.21kg以上，随着我国经济不断增长，人们和生活水平的提高，未来我国茶产业的增长潜力巨大。从国际需求来看，中国茶出口一直保持稳定增长态势。世界上120多个国家或地区进口和消费茶叶，有30多亿人在饮茶和消费茶饮料，年均消费量达到400万吨以上。中国是世界茶产量第一大国、茶出口第二大国。健康、时尚是茶饮料吸引消费者的主要原因。茶饮料行业发展现状分析指出“天然、健康、回归自然”已成为越来越多消费者健康生活方式的消费潮流，而茶饮料之所以发展迅速，正是因为它满足了消费者的这种需求，茶饮料的消费方式符合了现代生活方式的要求。从消费者性别来看，茶饮料消费女性略多于男性，喝茶饮料不发胖是女性多于男性选择茶饮料的主要原因，而且女性对茶饮料具有保健特性的认知度高于男性也是其更多青睐茶饮料的原因之一。从年龄来看，15—24岁的消费者是茶饮料的主要目标消费群，其次是25—

34岁的消费者。这两个年龄段成为茶饮料的消费主体，与碳酸饮料和包装水的主要消费群差异不大。即开型茶饮料的品牌集中在康师傅、统一两大品牌，其中又以冰红茶、冰绿茶为市场主导。重度消费者最经常饮用的茶饮料品牌依次为康师傅冰红茶、统一冰红茶、康师傅冰绿茶、统一绿茶，所占比例分别为35.7%、25.1%、21.3%、10.5%。如果我们不细分茶的类型，而只是研究康师傅、统一两个品牌，则重度饮用者中有62.6%的人最经常饮用康师傅，38.6%的人最经常饮用统一，康师傅品牌在即开型茶饮料行业有着绝对的优势。

当前，我国着重调整饮料产品结构，降低碳酸饮料的比例，重点发展果蔬汁饮料、植物蛋白饮料和茶饮料等产品，未来茶饮料、果汁等健康饮料将是中国饮料市场发展的必然方向。

茶饮料行业研究报告主要分析了茶饮料行业的国内外发展概况、行业的发展环境、市场分析(市场规模、市场结构、市场特点等)、生产分析(生产总量、供需平衡等)、竞争分析(行业集中度、竞争格局、竞争群组、竞争因素等)、产品价格分析、用户分析、替代品和互补品分析、行业主导驱动因素、行业渠道分析、行业赢利能力、行业成长性、行业偿债能力、行业营运能力、茶饮料行业重点企业分析、子行业分析、区域市场分析、行业风险分析、行业发展前景预测及相关的经营、投资建议等。报告研究框架全面、严谨，分析内容客观、公正、系统，真实准确地反映了我国茶饮料行业的市场发展现状和未来发展趋势。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网以及国内外多种相关报刊杂志媒体提供的最新研究资料。本报告对国内外行业的发展状况进行了深入透彻地分析，对我国行业市场情况、技术现状、供需形势作了详尽研究，重点分析了国内外重点企业、行业发展趋势以及行业投资情况，报告还对行业上下游行业的发展进行了探讨，是相关企业、投资部门、研究机构准确了解目前中国市场发展动态，把握行业发展方向，为企业经营决策提供重要参考的依据。

报告目录

第一部分 行业概况分析

第一章 中国茶饮料行业概况分析

第一节 茶饮料行业定义统计标准

一、茶饮料定义、分类及主要生产地

二、茶饮料行业统计部门和统计口径

三、茶饮料行业产业链结构分析

四、茶饮料行业发展周期分析

第二节 行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、竞争激烈程度指标

七、当前行业发展所属周期阶段的判断

第三节 茶饮料行业经济环境分析

一、国际宏观经济分析

1、国际宏观经济现状分析

2、国际宏观经济及对茶饮料行业影响

二、国内宏观经济分析

1、国内宏观经济现状分析

2、国内宏观经济及对茶饮料行业影响

三、茶饮料行业在食品制造行业地位分析

第四节 中国茶饮料行业社会环境分析

一、我国人口因素及对茶饮料行业影响

二、茶饮料人均消费及发展影响

三、国内生活方式及对茶饮料行业影响

第五节 中国茶饮料行业技术环境分析

一、行业生产技术

二、行业生产技术发展趋势

第二章 2021-2026年全球茶饮料行业市场发展状况分析

第一节 2021-2026年世界茶饮料行业发展状况

一、世界茶饮料行业生产情况

二、世界茶饮料消费及趋势分析

三、世界茶饮料行业发展趋势分析

第二节 美国茶饮料行业现状分析

一、美国茶饮料行业的市场现状

二、美国茶饮料行业的市场特征

第三节 日本茶饮料行业现状分析

一、日本茶饮料行业的市场规模

二、日本茶饮料行业的市场特征

第四节 欧洲茶饮料行业市场状况

一、欧洲茶饮料行业的市场现状

二、欧洲茶饮料行业的市场特征

第三章 2021-2026年我国茶饮料行业现状及市场发展分析

第一节 2021-2026年我国茶饮料行业发展现状

- 一、茶饮料行业市场规模
- 二、茶饮料行业产品发展现状
- 三、茶饮料行业消费市场现状

第二节 2021-2026年茶饮料行业发展特点分析

- 一、市场格局特点
- 二、产品创新特点
- 三、营销服务特点
- 四、市场品牌特点

第三节 2021-2026年茶饮料市场结构和价格走势分析

- 一、2021-2026年我国茶饮料市场结构和价格走势概述
- 二、2021-2026年我国茶饮料市场结构分析
- 三、2021-2026年我国茶饮料市场价格走势分析

第四节 2021-2026年重点城市茶饮料市场发展情况

第二部分 行业市场分析

第四章 2021-2026年中国茶饮料行业财务指标与供需情况分析

第一节 2021-2026年中国茶饮料行业经济运行主要特点

第二节 2021-2026年茶饮料行业财务指标分析

- 一、茶饮料行业经营效益
- 二、茶饮料行业盈利能力
- 三、茶饮料行业运营能力

四、茶饮料行业偿债能力

五、茶饮料行业发展能力

第三节 2021-2026年全国茶饮料行业供给情况分析

一、全国茶饮料行业总产值分析

二、全国茶饮料行业产成品分析

三、各地区茶饮料行业供给情况分析

第四节 2021-2026年全国茶饮料行业需求情况分析

一、全国茶饮料行业销售产值分析

二、全国茶饮料行业销售收入分析

三、各地区茶饮料行业需求情况分析

四、全国茶饮料行业产销率分析

第五节 2021-2026年中国茶饮料行业进出口分析

一、行业出口分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口产品结构

3、茶饮料行业出口前景及建议

二、行业进口分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口产品结构

3、茶饮料行业进口前景及建议

第五章 茶饮料区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场需求情况分析

三、2021-2026年市场规模情况分析

四、2021-2026年消费者的偏好分析

五、2026-2031年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场需求情况分析

三、2021-2026年市场规模情况分析

四、2021-2026年消费者的偏好分析

五、2026-2031年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场需求情况分析

三、2021-2026年市场规模情况分析

四、2021-2026年消费者的偏好分析

五、2026-2031年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场需求情况分析

三、2021-2026年市场规模情况分析

四、2021-2026年消费者的偏好分析

五、2026-2031年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场需求情况分析

三、2021-2026年市场规模情况分析

四、2021-2026年消费者的偏好分析

五、2026-2031年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场需求情况分析

三、2021-2026年市场规模情况分析

四、2021-2026年消费者的偏好分析

五、2026-2031年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场需求情况分析

三、2021-2026年市场规模情况分析

四、2021-2026年消费者的偏好分析

五、2026-2031年行业发展趋势分析

第六章 中国茶饮料行业消费市场分析

第一节 中国茶饮料消费者收入分析

一、我国市民生活习惯分析

二、2021-2026年消费者收入水平

三、2021-2026年消费者信心指数分析

第二节 茶饮料行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 茶饮料市场消费需求分析

一、茶饮料市场的消费需求变化

二、茶饮料行业的需求情况分析

三、2021-2026年茶饮料品牌市场消费需求趋势

第四节 茶饮料消费市场状况分析

一、茶饮料行业消费特点

二、茶饮料消费者分析

三、茶饮料消费结构分析

四、茶饮料消费的市场变化

五、茶饮料市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六节 茶饮料行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、茶饮料行业品牌忠诚度调查

六、茶饮料行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三部分 行业竞争分析

第七章 茶饮料行业竞争格局与竞争策略分析

第一节 波特五力模型分析

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 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 2021-2026年茶饮料行业竞争格局分析

一、2021-2026年国内外茶饮料竞争分析

- 二、2021-2026年我国茶饮料市场竞争分析
- 三、2021-2026年我国茶饮料市场集中度分析
- 四、2026-2031年国内主要茶饮料企业动向
- 五、2021-2026年国内茶饮料拟在建项目分析

第四节 茶饮料市场竞争策略分析

- 一、2021-2026年茶饮料市场增长潜力分析
- 二、2021-2026年茶饮料主要潜力品种分析
- 三、现有茶饮料产品竞争策略分析
- 四、典型企业品牌竞争策略分析

第五节 茶饮料企业竞争策略分析

- 一、茶饮料行业竞争格局的影响因素分析
- 二、2026-2031年我国茶饮料市场竞争趋势
- 三、2026-2031年茶饮料行业竞争策略分析
- 四、2026-2031年茶饮料企业竞争策略分析

第八章 主要茶饮料企业竞争分析

第一节 顶新国际集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第二节 加多宝(中国)饮料有限公司

- 一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第三节 广州白云山医药集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第四节 深圳维他(光明)食品饮料有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2026年经营状况

四、2026-2031年发展战略

第五节 天喔食品(集团)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第六节 三得利(中国)投资有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第七节 农夫山泉股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第八节 福建达利食品集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第九节 深圳市深晖企业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第十节 统一企业(中国)投资有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第九章 茶饮料行业发展趋势与前景预测

第一节 我国茶饮料行业前景与机遇分析

一、我国茶饮料行业发展前景

二、我国茶饮料发展机遇分析

第二节 2026-2031年中国茶饮料市场趋势分析

一、2021-2026年茶饮料市场趋势总结

二、2026-2031年茶饮料市场发展空间

三、2026-2031年茶饮料产业政策趋向

四、2026-2031年茶饮料技术革新趋势

五、2026-2031年茶饮料价格走势分析

六、2026-2031年国际环境对行业的影响

七、2026-2031年茶饮料发展趋势分析

第三节 未来茶饮料需求与消费预测

一、2026-2031年茶饮料产品消费预测

二、2026-2031年茶饮料市场规模预测

三、2026-2031年茶饮料行业总产值预测

四、2026-2031年茶饮料行业销售收入预测

第四节 2026-2031年中国茶饮料行业供需预测

一、2026-2031年中国茶饮料供给预测

二、2026-2031年中国茶饮料需求预测

三、2026-2031年中国茶饮料供需平衡预测

四、2026-2031年中国茶饮料产品价格趋势

五、2026-2031年主要茶饮料产品进出口预测

第十章 茶饮料行业投资现状与投资环境分析

第一节 2021-2026年茶饮料行业投资情况分析

- 一、2021-2026年总体投资及结构
- 二、2021-2026年投资规模及增长率分析
- 三、2021-2026年分行业投资分析
- 四、2021-2026年分地区投资分析
- 五、2021-2026年外商投资情况

第二节 我国融资环境分析

第十一章 茶饮料行业投资机会与风险分析

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2021-2026年相关产业活力系数比较
- 二、2021-2026年行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2021-2026年相关产业投资收益率比较
- 二、2021-2026年行业投资收益率分析

第三节 茶饮料行业投资效益分析

- 一、2021-2026年茶饮料行业投资状况分析
- 二、2026-2031年茶饮料行业投资效益分析
- 三、2026-2031年茶饮料行业投资趋势预测
- 四、2026-2031年茶饮料行业的投资方向
- 五、2026-2031年茶饮料行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响茶饮料行业发展的主要因素

- 一、2026-2031年影响茶饮料行业运行的有利因素分析
- 二、2026-2031年影响茶饮料行业运行的不利因素分析
- 三、2026-2031年我国茶饮料行业发展面临的挑战分析
- 四、2026-2031年我国茶饮料行业发展面临的机遇分析

第五节 茶饮料行业投资风险及控制策略分析

- 一、2026-2031年茶饮料行业市场风险及控制策略
- 二、2026-2031年茶饮料行业政策风险及控制策略
- 三、2026-2031年茶饮料行业经营风险及控制策略
- 四、2026-2031年茶饮料行业技术风险及控制策略
- 五、2026-2031年茶饮料行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2026-2031年茶饮料行业其他风险及控制策略

第十二章 茶饮料行业投资战略研究

第一节 茶饮料行业发展战略研究

- 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

第二节 对我国茶饮料品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、茶饮料实施品牌战略的意义

三、茶饮料企业品牌的现状分析

四、我国茶饮料企业的品牌战略

五、茶饮料品牌战略管理的策略

第三节 茶饮料经营策略分析

一、茶饮料市场细分策略

二、茶饮料市场创新策略

三、茶饮料品牌定位与品类规划

四、茶饮料新产品差异化战略

第十三章 中道泰和投资战略研究

第一节 2021-2026年茶饮料行业投资战略

第二节 2026-2031年茶饮料行业投资战略

图表目录

图表：2021-2026年我国茶饮料行业主要经济指标

图表：2021-2026年我国茶饮料出厂价格和消费价格月度涨幅

图表：2021-2026年茶饮料销售收入

图表：2021-2026年茶饮料销售收入增长趋势图

图表：2021-2026年茶饮料不同规模企业销售额

图表：2021-2026年茶饮料不同规模企业销售额对比图

图表：2021-2026年茶饮料不同规模企业销售额对比图

图表：2021-2026年茶饮料不同所有制企业销售额

图表：2021-2026年茶饮料不同所有制企业销售额

图表：2021-2026年茶饮料不同所有制企业销售额对比图

图表：2021-2026年茶饮料利润总额

图表：2021-2026年茶饮料利润总额增长趋势图

图表：2021-2026年茶饮料不同规模企业利润总额

图表：2021-2026年茶饮料不同规模企业利润总额对比图

图表：2021-2026年茶饮料不同所有制企业利润总额

图表：2021-2026年茶饮料不同所有制企业利润总额对比图

图表：2021-2026年茶饮料资产总额

图表：2021-2026年茶饮料总资产增长趋势图

图表：2021-2026年茶饮料不同规模企业总资产

图表：2021-2026年茶饮料不同规模企业总资产对比图

图表：2021-2026年茶饮料不同所有制企业总资产

图表：2021-2026年茶饮料不同所有制企业总资产对比图

图表：2021-2026年茶饮料亏损面

图表：2021-2026年茶饮料亏损企业亏损总额

图表：2021-2026年茶饮料销售毛利率趋势图

图表：2021-2026年茶饮料成本费用率

图表：2021-2026年茶饮料成本费用利润率趋势图

图表：2021-2026年茶饮料销售利润率趋势图

图表：2021-2026年茶饮料应收账款周转率对比图

图表：2021-2026年茶饮料流动资产周转率对比图

图表：2021-2026年茶饮料总资产周转率对比图

图表：2021-2026年茶饮料资产负债率对比图

图表：2021-2026年茶饮料利息保障倍数对比图

图表：2021-2026年中国茶饮料发展能力

图表：2021-2026年中国茶饮料竞争力

图表：2021-2026年茶饮料市场调查对象情况

图表：2021-2026年茶饮料消费者消费习惯调查

图表：2021-2026年消费者对茶饮料产品价格认同情况调查

图表：2021-2026年消费者购买渠道情况调查

图表：2021-2026年茶饮料消费者品牌状况调查

图表：2021-2026年中国消费者茶饮料品牌构成

图表：2021-2026年茶饮料消费者性别比例

图表：2021-2026年茶饮料消费者年龄分布

图表：2021-2026年茶饮料消费者购买频率

图表：2021-2026年茶饮料消费者购买茶饮料的规格

图表：2021-2026年茶饮料消费者购买茶饮料消费金额

图表：2021-2026年消费者茶饮料关注度调查

图表：2021-2026年影响消费者购买的因素调查

图表：2026-2031年中国茶饮料产能预测

图表：2026-2031年中国茶饮料消费量预测

图表：2026-2031年中国茶饮料市场前景预测

图表：2026-2031年中国茶饮料市场价格走势预测

图表：2026-2031年中国茶饮料发展前景预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：61891

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170406/61891.shtml>

在线订购：[点击这里](#)