



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2023年中国奶茶市场发展 现状及战略咨询报告

# 一、调研说明

《2017-2023年中国奶茶市场发展现状及战略咨询报告》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/287030.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

奶茶原为中国北方游牧民族的日常饮品，至今最少已有千年历史。自元朝起传遍世界各地，目前在大中华地区，中亚国家，印度，阿拉伯，英国，马来西亚，新加坡等地区都有不同种类奶茶流行。

蒙古高原和中亚地区的奶茶千百年来从未改变，至今仍然是日常饮用及待客的必备饮料。其他地区则有不同口味的奶茶，如印度奶茶以加入玛萨拉的特殊香料闻名；发源于香港的丝袜奶茶和发源于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。

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。

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2014-2016年世界奶茶行业整体运营状况分析18

第一节2014-2016年世界奶茶行业运行环境分析18

一、全球经济现状18

二、全球饮料及相关加工业运行简况22

第二节2014-2016年世界奶茶行业市场发展格局25

一、世界奶茶市场特色分析	25
二、世界奶茶品牌综述	25
第三节2014-2016年世界奶茶品牌主要国家分析	29
一、中国台湾	29
二、香港	30
三、英国	30
四、马来西亚、新加坡	30
第四节2017-2023年奶茶行业设备及材料发展分析	31
第二章2014-2016年中国奶茶行业市场发展环境解析	35
第一节2014-2016年中国宏观经济环境分析	35
一、中国GDP分析	35
二、中国CPI分析	40
三、城乡家庭人均可支配收入分析	42
四、全社会固定资产投资分析	44
五、进出口总额及增长率分析	48
六、社会消费品零售总额	51
第二节2014-2016年中国奶茶市场政策环境分析	53
一、七大措施搞活流通扩大消费政策解析	53
二、奶茶业优惠政策、标准	54
三、相关行业政策	55
第三节2014-2016年中国奶茶市场技术环境分析	56
第四节2014-2016年中国奶茶市场社会环境分析	57
一、居民消费观念	57
二、人们生活品质的提高	57
三、中国人口基数大	58
第三章2014-2016年中国奶茶行业市场运行态势剖析	59
第一节中国奶茶发展历程	59
第二节2014-2016年中国奶茶行业运行动态分析	60
一、奶茶无奶已成"显规则"	60
二、8元"新贵"搅局奶茶市场	61
第三节2014-2016年中国奶茶业现状综述	61
一、中国奶茶业所处发展阶段	61

二、中国大陆奶茶业发展特色	62
三、中国奶茶利润	62
四、中国奶茶店经营情况研究	63
第四节2014-2016年中国奶茶市场面临的挑战	64
第四章2014-2016年中国奶茶业市场销售形势分析	65
第一节2014-2016年中国珍珠奶茶市场销售情况	65
一、近几年中国珍珠奶茶市场销售量及增长情况	65
二、原材料价格波动对珍珠奶茶市场的影响	65
第二节2014-2016年中国奶茶原料市场及影响分析	67
一、奶茶原料——珍珠	67
二、奶茶原料——茶叶	67
三、奶茶原料——果汁	70
四、奶茶原料——果味粉	72
五、奶茶原料——椰果	72
第五章2014-2016年中国奶茶市场消费调研	73
第一节受访者基本情况	73
一、性别占比	73
二、年龄分布	73
三、对奶茶的认知情况	74
四、是否曾常饮用奶茶	76
第二节2014-2016年中国奶茶市场消费行为调研	77
一、消费者喝奶茶的频率	77
二、消费者对奶茶的品种及口味喜好	78
三、消费者购买奶茶的渠道占比	80
四、消费者对奶茶价格敏感度	81
五、消费者对奶茶品牌忠诚度分析	82
六、消费者杯装奶茶的偏好	83
七、影响消费者选购奶茶的因素分析	84
第六章2014-2016年中国奶茶市场营销解析	86
第一节2014-2016年中国奶茶营销特点	86
第二节2014-2016年中国奶茶广告投放情况	87
第三节2014-2016年中国奶茶市场三大品牌企业营销经验借鉴	88

一、香飘飘细节营销抢占市场	88
二、优乐美创新营销笼络年轻人	89
三、立顿品质第一立于不败	89
第四节2017-2023年中国奶茶市场营销策略分析	90
一、广告创意和消费目标市场个性人群培育	90
二、打价值战，不打价格战，用心做好每一杯奶茶	91
三、特定促销方式吸引消费人群，差异化竞争	91
第七章2014-2016年中国奶茶市场竞争格局透析	93
第一节2014-2016年中国奶茶市场竞争总况	93
一、奶茶市场的竞争已经白热化	93
二、价格竞争及竞争方式分析	93
第二节2014-2016年中国奶茶品牌竞争分析	94
一、香约	94
二、立顿	95
三、优乐美	97
四、香飘飘	98
五、新进品牌侧翼突围	98
第三节2014-2016年中国奶茶行业集中度分析	99
一、市场集中度分析	99
二、区域集中度分析	100
第四节2017-2023年中国奶茶行业竞争趋势分析	101
第八章2014-2016年中国奶茶品牌企业竞争力及关键性数据分析	102
第一节浙江香飘飘食品有限公司（香飘飘）	102
一、企业概况	102
二、主要经济指标情况	103
三、产值及存货产成品分析	103
四、主营成本及其它费用分析	104
五、偿债能力分析	104
六、盈利能力分析	105
七、经营效益分析	105
第二节阳江喜之郎果冻制造有限公司（优乐美）	105
一、企业概况	105

二、主要经济指标情况106

三、产值及存货产成品分析106

四、主营成本及其它费用分析106

五、偿债能力分析107

六、盈利能力分析107

七、经营效益分析108

第三节浙江大好大食品公司（相约）108

一、企业概况108

二、主要经济指标情况109

三、产值及存货产成品分析109

四、主营成本及其它费用分析109

五、偿债能力分析110

六、盈利能力分析110

七、经营效益分析110

第四节联合利华食品（中国）有限公司（立顿）111

一、企业概况111

二、主要经济指标情况111

三、产值及存货产成品分析112

四、主营成本及其它费用分析112

五、偿债能力分析112

六、盈利能力分析113

七、经营效益分析113

第五节蜡笔小新（福建）食品工业有限公司（幽沫）113

一、企业概况113

二、主要经济指标情况117

三、产值及存货产成品分析118

四、主营成本及其它费用分析118

五、偿债能力分析118

六、盈利能力分析119

七、经营效益分析119

第六节南京小洋人生物科技发展有限公司120

一、企业概况120

二、主要经济指标情况	120
三、产值及存货产成品分析	121
四、主营成本及其它费用分析	121
五、偿债能力分析	121
六、盈利能力分析	122
七、经营效益分析	122
第七节其它企业分析	123
一、安庆黄梅飘香集团有限公司	123
二、北京统一麒麟饮料有限公司	123
三、温州立品康食品饮料有限公司	124
四、义乌市湘香食品有限公司	124
第九章2017-2023年中国奶茶行业前景展望与趋势预测	126
第一节2017-2023年中国奶茶业前景预测分析	126
一、奶茶业的市场前景	126
二、珍珠奶茶发展前景	126
第二节2017-2023年中国奶茶行业新趋势探析	127
一、珍珠奶茶统一标准缺失	127
二、奶茶包装趋势	128
三、奶茶封口机将引领包装行业新潮流	128
第三节2017-2023年中国奶茶行业市场预测分析	129
一、奶茶市场供给预测分析	129
二、奶茶行业市场销量预测分析	129
第四节2017-2023年中国奶茶市场盈利预测分析	130
第五节2017-2023年中国珍珠奶茶市场发展战略分析	130
一、变革创新，做市场的领军人	130
二、品种单一导致失败，舍得投资是关键	131
三、品质、营销双管齐下，学习先进经营管理经验	132
第十章2017-2023年中国奶茶行业投资可行性研究	133
第一节2014-2015珍珠奶茶投资概况	133
一、投资特性	133
二、珍珠奶茶冬夏皆宜成投资优势	133
三、奶茶市场投资环境分析	134



## 第二节2017-2023年中国奶茶行业投资机会分析142

### 一、奶茶行业机遇显现142

### 二、中国奶茶区域投资潜力分析142

### 三、中国奶茶店投资可行性分析142

## 第三节2017-2023年中国奶茶行业投资风险预警143

### 一、宏观调控政策风险143

### 二、市场竞争风险144

### 三、原料及创新风险145

### 四、市场运营机制风险145

## 第四节权威专家投资建议145

### 图表目录：

图表1：2016年中国国内生产总值（GDP）35

图表2：2010-2015年国内生产总值及其增长速度36

图表3：中国工业增加值增长36

图表4：2010-2015年全部工业增加值及其增长速度37

图表5：2015年主要工业产品产量及其增长速度38

图表6：2016年中国居民消费者价格指数（CPI）40

图表7：2016年中国工业品出厂价格指数（PPI）41

图表8：2015年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比43

图表9：2016年中国城镇固定资产投资44

图表10：2010-2015年全社会固定资产投资45

图表11：2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度46

图表12：2015年固定资产投资新增主要生产与运营能力47

图表13：2016年中国海关进出口增减情况一览表48

图表14：2010-2015年货物进出口总额48

图表15：2015年货物进出口总额及其增长速度49

图表16：2015年主要商品出口数量、金额及其增长速度49

图表17：2015年主要商品进口数量、金额及其增长速度50

图表18：2015年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度50

图表19：2016年中国社会消费品零售总额51

图表20：2010-2016年全年社会消费品零售总额52

图表21：2015年年末人口数及构成58

图表22：绿茶、红茶、乌龙茶及普洱茶特点	68
图表23：受访者性别统计	73
图表24：受访者年龄分布情况统计	73
图表25：消费者对奶茶的认知渠道统计	74
图表26：受访者对奶茶的总体印象统计	75
图表27：受访者是否曾常引用奶茶调查情况	76
图表28：消费者喝奶茶的频率统计	77
图表29：消费者对奶茶的品种选择统计	78
图表30：消费者对奶茶的口味喜好统计	79
图表31：消费者购买奶茶的渠道占比统计	80
图表32：消费者乐意接受的奶茶价格统计	81
图表33：消费者对奶茶品牌的忠诚度分析	82
图表34：消费者对杯装奶茶的偏好程度调查统计	83
图表35：影响消费者选购奶茶的因素统计分析	84
图表36：2016年中国奶茶市场份额情况	100
图表37：2016年中国奶茶市场区域分布图	100
图表38：2014-2016年浙江香飘飘食品有限公司主要经济指标（单位：千元）	103
图表39：2014-2016年浙江香飘飘食品有限公司工业总产值及存货产成品指标表（千元）	103
图表40：2014-2016年浙江香飘飘食品有限公司主营收入及各项成本指标表（千元）	104
图表41：2014-2016年浙江香飘飘食品有限公司偿债能力指标表	104
图表42：2014-2016年浙江香飘飘食品有限公司偿债比率指标表	104
图表43：2014-2016年浙江香飘飘食品有限公司利润指标表	105
图表44：2014-2016年浙江香飘飘食品有限公司盈利比率（能力）指标表	105
图表45：2014-2016年阳江喜之郎果冻制造有限公司主要经济指标（单位：千元）	106
图表46：2014-2016年阳江喜之郎果冻制造有限公司工业总产值及存货产成品指标表（千元）	106
图表47：2014-2016年阳江喜之郎果冻制造有限公司主营收入及各项成本指标表（千元）	106
图表48：2014-2016年阳江喜之郎果冻制造有限公司偿债能力指标表	107
图表49：2014-2016年阳江喜之郎果冻制造有限公司偿债比率指标表	107
图表50：2014-2016年阳江喜之郎果冻制造有限公司利润指标表	107
图表51：2014-2016年阳江喜之郎果冻制造有限公司盈利比率（能力）指标表	108
图表52：2014-2016年浙江大好大食品有限公司主要经济指标（单位：千元）	109

图表53：2014-2016年浙江大好大食品有限公司工业总产值及存货产成品指标表（千元）109

图表54：2014-2016年浙江大好大食品有限公司主营收入及各项成本指标表（千元）109

图表55：2014-2016年浙江大好大食品有限公司偿债能力指标表110

图表56：2014-2016年浙江大好大食品有限公司偿债比率指标表110

图表57：2014-2016年浙江大好大食品有限公司利润指标表110

图表58：2014-2016年浙江大好大食品有限公司盈利比率（能力）指标表110

图表59：2014-2016年联合利华食品(中国)有限公司主要经济指标（单位：千元）111

图表60：2014-2016年联合利华食品(中国)有限公司工业总产值及存货产成品指标表（千元）112

图表61：2014-2016年联合利华食品(中国)有限公司主营收入及各项成本指标表（千元）112

图表62：2014-2016年联合利华食品(中国)有限公司偿债能力指标表112

图表63：2014-2016年联合利华食品(中国)有限公司偿债比率指标表112

图表64：2014-2016年联合利华食品(中国)有限公司利润指标表113

图表65：2014-2016年联合利华食品(中国)有限公司盈利比率（能力）指标表113

图表66：2014-2016年蜡笔小新(天津)食品工业有限公司主要经济指标（单位：千元）117

图表67：2014-2016年蜡笔小新(天津)食品工业有限公司工业总产值及存货产成品指标表（千元）118

图表68：2014-2016年蜡笔小新(天津)食品工业有限公司主营收入及各项成本指标表（千元）118

图表69：2014-2016年蜡笔小新(天津)食品工业有限公司偿债能力指标表118

图表70：2014-2016年蜡笔小新(天津)食品工业有限公司偿债比率指标表118

图表71：2014-2016年蜡笔小新(天津)食品工业有限公司利润指标表119

图表72：2014-2016年蜡笔小新(天津)食品工业有限公司盈利比率（能力）指标表119

图表73：2014-2016年南京小洋人生物科技发展有限公司主要经济指标（单位：千元）120

图表74：2014-2016年南京小洋人生物科技发展有限公司工业总产值及存货产成品指标表（千元）121

图表75：2014-2016年南京小洋人生物科技发展有限公司主营收入及各项成本指标表（千元）121

图表76：2014-2016年南京小洋人生物科技发展有限公司偿债能力指标表121

图表77：2014-2016年南京小洋人生物科技发展有限公司偿债比率指标表121

图表78：2014-2016年南京小洋人生物科技发展有限公司利润指标表122

图表79：2014-2016年南京小洋人生物科技发展有限公司盈利比率（能力）指标表122

图表80：2017-2023年中国奶茶行业市场规模129

图表81：2017-2023年中国奶茶行业盈利能力预测130

图表82：中国奶茶项目风险控制建议与收益潜力提升措施146

图表83：奶茶产品技术应用注意事项分析146

图表84：奶茶产品项目投资注意事项图147

图表85：奶茶产品行业生产开发注意事项148

图表86：奶茶产品销售注意事项149

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/287030.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提供专业投资咨询报告、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。