

2016-2022年中国奶茶市场 深度研究与市场供需预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国奶茶市场深度研究与市场供需预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/ruzhipin/H47750H24R.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

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。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国奶茶市场深度研究与市场供需预测报告》共十章。首先介绍了奶茶行业市场发展环境、奶茶整体运行态势等，接着分析了奶茶行业市场运行的现状，然后介绍了奶茶市场竞争格局。随后，报告对奶茶做了重点企业经营状况分析，最后分析了奶茶行业发展趋势与投资预测。您若想对奶茶产业有个系统的了解或者想投资奶茶行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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2016-2022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、城乡居民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2016-2022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2016-2022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2016-2022年中国奶茶行业前景展望与趋势预测126

第一节2016-2022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2016-2022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2016-2022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2016-2022年中国奶茶市场盈利预测分析	130
第五节2016-2022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2016-2022年中国奶茶行业投资可行性研究133 (ZY GXH)

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2016-2022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2016-2022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 (ZY GXH)

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图74

图表26：受访者对奶茶的总体印象统计图75

图表27：受访者是否曾常引用奶茶调查情况图76

图表28：消费者喝奶茶的频率统计图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图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80：2016-2022年中国奶茶行业市场规模129

图表81：2016-2022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：<http://www.abaogao.com/b/ruzhipin/H47750H24R.html>