

中国 现制饮品 行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2025-2032年）

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《中国 现制饮品 行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2025-2032年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202502/742545.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

前言：

我国现制饮品行业正处于高速扩容阶段，预计到2028年，该市场规模将破万亿。其中现制茶饮仍是我国现制饮品市场中最大的细分品类，占据现制饮品市场规模约50%。目前现制饮品市场呈现百花齐放格局，头部品牌凭借自身的品牌优势、运营能力和市场策略，已经占据了相当大的市场份额，在市场中占据主导地位。但值得注意的是，随着市场竞争逐渐激烈，卷价格、卷产品等低质内卷现状亟需破局。

一、借结构机遇高速增长，目前市场正在高速扩容，预计到2028年规模将破万亿

1、市场正处于高速扩容阶段，在饮料市场中比重不断提升

现制饮品指的是在销售现场根据消费者的需求即时制作并直接供应给消费者饮用的饮料，包括现制果饮、茶饮、冰淇淋及咖啡等。现制饮品特点在于其新鲜度、可定制性和即买即饮的便利性。

受产品特性和消费升级驱动，以及现制饮品在饮用水分摄入总量中占比提升的结构性机遇，近年我国现制饮品行业正处于高速扩容阶段，市场规模不断增长，且在饮料市场的比重不断提升。数据显示，2018-2023年我国现制饮品市场规模从1878亿元增长到5175亿元，在饮料市场的比重从20.6%提升到36.3%。估计2024年，我国现制饮品市场规模将达到6279亿元，在饮料市场的比重进一步提升至39.4%。

数据来源：公开数据，观研天下整理

数据来源：公开数据，观研天下整理

2、在饮用水分摄入总量中占比低+人均现制饮品年消费量偏低，未来行业增长空间巨大

虽然近年我国现制饮品市场得到了较大发展，但相比于美国、日本等发达市场，目前近年我国现制饮品在饮用水分摄入总量中占比低，且人均现制饮品年消费量也相对偏低，有着较大的提升空间。有数据显示，2023年我国现制饮品消费量在饮用水分摄入总量中的占比均不足2%，显著低于美国、欧盟及英国、日本等发达市场平均17%以上的占比水平。同年，我国人均现制饮品年消费量分别为22杯，而上述发达市场平均超过260杯。可见，未来我国现制饮品行业增长空间巨大。预计到2028年，我国现制饮品市场规模将破万亿，达到1634亿元，在饮料市场的比重也将达到49.2%。

数据来源：公开数据，观研天下整理

数据来源：公开数据，观研天下整理

二、现制茶饮与现磨咖啡是目前市场上主要细分品类

1、现制茶饮仍是最大的细分品类，占据现制饮品市场规模约50%

现制饮品主要分为现制茶饮、现磨咖啡和其他限制饮品三大类。目前现制茶饮仍是我国现制饮品市场中最大的细分品类。以终端零售额计，2022年我国现制茶饮市场规模为2585亿元，占据现制饮品市场规模约50%。

数据来源：公开数据，观研天下整理

现制茶饮是指以茶叶或其浸泡液、浓缩液、茶粉等提取物、其他乳和（或）乳制品、新鲜果蔬或其他食品配料中的一种或多种为原料，通过现场调配而成的即调即饮的饮料。

近年来，在居民收入水平提高和消费观念更新的背景下，我国现制茶饮品牌市场稳步扩容，规模不断增长。数据显示，2018-2023年我国现制茶饮市场规模从1085亿元增至2585亿元。

。

数据来源：公开数据，观研天下整理

2、现磨咖啡是市场中增速最快的细分品类

除了现制茶饮，现磨咖啡是目前我国现制饮品市场中另一重要的细分领域。虽然相比于现制茶饮，现磨咖啡市场规模相对要小一些，但近年正在加速超赶，是现制饮品市场中增速最快的细分品类。数据显示，2023年我国现磨咖啡市场规模为1721亿元，同比增速27.67%，要高于同年现制茶饮的20.96%、其他限现制饮品的19.37%。

数据来源：公开数据，观研天下整理

三、市场百花齐放，但低质内卷现状亟需破局

随着市场发展不断向好，相关资本不断布局该赛道，从蜜雪冰城、茶百道，到喜茶、奈雪的茶、霸王茶姬，再到瑞幸咖啡、库迪咖啡，短短数年时间，现制饮品领域百花齐放，不断有新的品牌涌现。

但随着相关企业不断布局，市场竞争逐渐激烈，市场也逐渐变得内卷，从价格、到产品、再到联名营销，内卷无处不在。例如自2023年以来，各大品牌为了降低成本，以更便宜的单价吸引用户，不断寻找各种降本增效的方法，替换产品原料便是其中一种。买一送一、9.9元、甚至折后单杯3.6元的轻乳茶纷纷涌现。书亦烧仙草、古茗、茶百道、益禾堂等品牌均陆续推出10元以下新品。就连稳固基本盘后退出价格战的瑞幸咖啡，在库迪咖啡的猛烈进攻下，也在2024年不得不重拾“9.9”的价格战。

根据相关数据显示，2024年上半年，现制饮品新品售价主要集中于10元—20元价格带。其中单杯售价处于15元—20元（不含20元）的新品数量占比达39.1%，10元—15元（不含15元）的占比为25.7%，合计占比高达64.8%。

数据来源：公开数据，观研天下整理

然而，价格战或许也带来了利润方面的挑战，这在咖啡行业中体现尤为明显。经过一年多的价格战后，库迪咖啡从8.8元/杯涨到了9.9元/杯，瑞幸咖啡也缩减了“每周9.9元”覆盖的产品范围。

不仅价格卷，产品方面更是如此。往往是某个品牌推出的某个单品热销后，其他品牌迅速跟进。例如2024年7月，喜茶与安踏冠军联名推出了首款果蔬茶产品，受到消费者喜爱，新品上线10天，便销售了160万杯。果蔬茶爆火之后，不少品牌进行跟进，蜜雪冰城、奈雪的茶、沪上阿姨、茶百道等先后推出类似果蔬茶产品。

有相关数据显示，2024年现制饮品上新了2681款新品，茶饮、咖饮品牌上新数量占比分别为70.7%、29.3%。具体来看，新茶饮品牌共上新了1895款新品。其中水果茶占比超三成，达到了35.6%；经典奶茶和鲜奶茶占比分别为30.2%和10.8%。

数据来源：公开数据，观研天下整理

此外还有联名营销活动，也备受各大现制饮品品牌青睐。据相关资料显示，头部品牌们平均每半个月到1个月，就要进行一次联名，是联名活动最频繁的行业之一。2024年1月至2025年1月上旬，共有27个知名茶饮和咖啡品牌进行了超过270次联名，数量较2023年有明显增长。尤其是奈雪的茶，以23次的联名次数位居第一，相当于每半月就进行一次联名营销活动。

总体来看，目前制现饮品企业卷价格、卷产品和营销的本质其实是一种低质的内卷。这种低质内卷下，不仅难以培养消费者对品牌的忠诚度，而且也为企业自身运营管理带来挑战。虽然在特定的市场背景下是可以杀出一些成功品牌，但这种成功是一种排他性的严重内卷性的成功，而且这种成功的结果只会形成资本垄断下的市场，而不是高价值消费引导下形成的良性市场，也使得市场产品同质化、营销同质化越来越严重。

例如在黑猫投诉等第三方消费者投诉平台上，以品牌名为关键字搜索发现，包括瑞幸咖啡、库迪咖啡、蜜雪冰城、茶百道等品牌都产生了大量投诉。其中，瑞幸咖啡、蜜雪冰城相关的投诉量均超过一万条，茶百道等品牌相关投诉量也有数千条。

对此，有相关专业人士分析认为，想要打破当下低质竞争的怪圈，还要从自身的品牌定位出发，打造独特的品牌认知形象。

四、头部效应凸显，市场CR5达35%

目前我国现制饮品市场集中度较高，行业内头部效应凸显，CR5达到了35%。这表明，在竞争激烈的现制饮品领域，头部品牌凭借自身的品牌优势、运营能力和市场策略，已经成功占据了相当大的市场份额，在市场中占据主导地位。

从具体企业来看，蜜雪冰城、瑞幸咖啡、星巴克、古茗、茶百道是目前我国现制饮品前五大品牌。其中蜜雪冰城市场份额排名首位，其2023年市场占比高达11.3%。其次为瑞幸咖啡、星巴克、古茗、茶百道，市场占比分别为8.3%、6.3%、4.8%、4.3%。

数据来源：公开数据，观研天下整理（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国 现制饮品 行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2025-2032年）》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 现制饮品 的权威数据，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。

行业报告是业内企业、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。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国 现制饮品 行业发展概述

第一节 现制饮品 行业发展情况概述

- 一、 现制饮品 行业相关定义
- 二、 现制饮品 特点分析
- 三、 现制饮品 行业基本情况介绍
- 四、 现制饮品 行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、 现制饮品 行业需求主体分析

第二节 中国 现制饮品 行业生命周期分析

- 一、 现制饮品 行业生命周期理论概述
- 二、 现制饮品 行业所属的生命周期分析

第三节 现制饮品 行业经济指标分析

- 一、 现制饮品 行业的赢利性分析
- 二、 现制饮品 行业的经济周期分析

三、 现制饮品 行业附加值的提升空间分析

第二章 中国 现制饮品 行业监管分析

第一节 中国 现制饮品 行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国 现制饮品 行业政策法规

一、行业主要政策法规

二、主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对 现制饮品 行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章 2020-2024年中国 现制饮品 行业发展环境分析

第一节 中国宏观环境与对 现制饮品 行业的影响分析

一、中国宏观经济环境

一、中国宏观经济环境对 现制饮品 行业的影响分析

第二节 中国社会环境与对 现制饮品 行业的影响分析

第三节 中国对磷矿石易环境与对 现制饮品 行业的影响分析

第四节 中国 现制饮品 行业投资环境分析

第五节 中国 现制饮品 行业技术环境分析

第六节 中国 现制饮品 行业进入壁垒分析

一、 现制饮品 行业资金壁垒分析

二、 现制饮品 行业技术壁垒分析

三、 现制饮品 行业人才壁垒分析

四、 现制饮品 行业品牌壁垒分析

五、 现制饮品 行业其他壁垒分析

第七节 中国 现制饮品 行业风险分析

一、 现制饮品 行业宏观环境风险

二、 现制饮品 行业技术风险

三、 现制饮品 行业竞争风险

四、 现制饮品 行业其他风险

第四章 2020-2024年全球 现制饮品 行业发展现状分析

第一节 全球 现制饮品 行业发展历程回顾

第二节 全球 现制饮品 行业市场规模与区域分 现制饮品 情况

第三节 亚洲 现制饮品 行业地区市场分析

一、亚洲 现制饮品 行业市场现状分析

二、亚洲 现制饮品 行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲	现制饮品	行业市场前景分析
第四节 北美	现制饮品	行业地区市场分析
一、北美	现制饮品	行业市场现状分析
二、北美	现制饮品	行业市场规模与市场需求分析
三、北美	现制饮品	行业市场前景分析
第五节 欧洲	现制饮品	行业地区市场分析
一、欧洲	现制饮品	行业市场现状分析
二、欧洲	现制饮品	行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲	现制饮品	行业市场前景分析
第六节 2025-2032年全球	现制饮品	行业分 现制饮品 走势预测
第七节 2025-2032年全球	现制饮品	行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】

第五章 中国	现制饮品	行业运行情况
第一节 中国	现制饮品	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	现制饮品	行业市场规模分析
一、影响中国	现制饮品	行业市场规模的因素
二、中国	现制饮品	行业市场规模
三、中国	现制饮品	行业市场规模解析
第三节 中国	现制饮品	行业供应情况分析
一、中国	现制饮品	行业供应规模
二、中国	现制饮品	行业供应特点
第四节 中国	现制饮品	行业需求情况分析
一、中国	现制饮品	行业需求规模
二、中国	现制饮品	行业需求特点
第五节 中国	现制饮品	行业供需平衡分析
第六节 中国	现制饮品	行业存在的问题与解决策略分析
第六章 中国	现制饮品	行业产业链及细分市场分析
第一节 中国	现制饮品	行业产业链综述
一、		产业链模型原理介绍
二、		产业链运行机制
三、	现制饮品	行业产业链图解
第二节 中国	现制饮品	行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对 现制饮品 行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对 现制饮品 行业的影响分析
- 第三节 中国 现制饮品 行业细分市场分析
 - 一、细分市场一
 - 二、细分市场二
- 第七章 2020-2024年中国 现制饮品 行业市场竞争分析
 - 第一节 中国 现制饮品 行业竞争现状分析
 - 一、中国 现制饮品 行业竞争格局分析
 - 二、中国 现制饮品 行业主要品牌分析
 - 第二节 中国 现制饮品 行业集中度分析
 - 一、中国 现制饮品 行业市场集中度影响因素分析
 - 二、中国 现制饮品 行业市场集中度分析
 - 第三节 中国 现制饮品 行业竞争特征分析
 - 一、企业区域分 现制饮品 特征
 - 二、企业规模分 现制饮品 特征
 - 三、企业所有制分 现制饮品 特征
- 第八章 2020-2024年中国 现制饮品 行业模型分析
 - 第一节 中国 现制饮品 行业竞争结构分析（波特五力模型）
 - 一、波特五力模型原理
 - 二、供应商议价能力
 - 三、购买者议价能力
 - 四、新进入者威胁
 - 五、替代品威胁
 - 六、同业竞争程度
 - 七、波特五力模型分析结论
 - 第二节 中国 现制饮品 行业SWOT分析
 - 一、SWOT模型概述
 - 二、行业优势分析
 - 三、行业劣势
 - 四、行业机会
 - 五、行业威胁
 - 六、中国 现制饮品 行业SWOT分析结论
 - 第三节 中国 现制饮品 行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第九章 2020-2024年中国 现制饮品 行业需求特点与动态分析

第一节 中国 现制饮品 行业市场动态情况

第二节 中国 现制饮品 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 现制饮品 行业成本结构分析

第四节 现制饮品 行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国 现制饮品 行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国 现制饮品 行业价格影响因素与走势预测

第十章 中国 现制饮品 行业所属行业运行数据监测

第一节 中国 现制饮品 行业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 现制饮品 行业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 现制饮品 行业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

第十一章 2020-2024年中国 现制饮品 行业区域市场现状分析

第一节 中国 现制饮品 行业区域市场规模分析

一、影响 现制饮品 行业区域市场分 现制饮品 的因素

二、中国 现制饮品 行业区域市场分 现制饮品

第二节 中国华东地区 现制饮品 行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区 现制饮品 行业市场分析

(1) 华东地区 现制饮品 行业市场规模

(2) 华东地区 现制饮品 行业市场现状

(3) 华东地区 现制饮品 行业市场规模预测

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 现制饮品 行业市场分析

(1) 华中地区 现制饮品 行业市场规模

(2) 华中地区 现制饮品 行业市场现状

(3) 华中地区 现制饮品 行业市场规模预测

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 现制饮品 行业市场分析

(1) 华南地区 现制饮品 行业市场规模

(2) 华南地区 现制饮品 行业市场现状

(3) 华南地区 现制饮品 行业市场规模预测

第五节 华北地区 现制饮品 行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区 现制饮品 行业市场分析

(1) 华北地区 现制饮品 行业市场规模

(2) 华北地区 现制饮品 行业市场现状

(3) 华北地区 现制饮品 行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

- 三、东北地区 现制饮品 行业市场分析
 - (1) 东北地区 现制饮品 行业市场规模
 - (2) 东北地区 现制饮品 行业市场现状
 - (3) 东北地区 现制饮品 行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区 现制饮品 行业市场分析
 - (1) 西南地区 现制饮品 行业市场规模
 - (2) 西南地区 现制饮品 行业市场现状
 - (3) 西南地区 现制饮品 行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区 现制饮品 行业市场分析
 - (1) 西北地区 现制饮品 行业市场规模
 - (2) 西北地区 现制饮品 行业市场现状
 - (3) 西北地区 现制饮品 行业市场规模预测

第九节 2025-2032年中国 现制饮品 行业市场规模区域分 现制饮品 预测

第十二章 现制饮品 行业企业分析（随数据更新可能有调整）

第一节 企业一

- 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、公司优势分析

第二节 企业二

- 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、公司优势分析

第三节 企业三

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、公司优势分析

第四节 企业四

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、公司优势分析

第五节 企业五

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、公司优势分析

第六节 企业六

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、公司优势分析

第七节 企业七

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、公司优势分析

第八节 企业八

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、公司优势分析

第九节 企业九

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、公司优势分析

第十节 企业十

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、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国 现制饮品 行业发展前景分析与预测

第一节 中国 现制饮品 行业未来发展前景分析

一、中国 现制饮品 行业市场机会分析

二、中国 现制饮品 行业投资增速预测

第二节 中国 现制饮品 行业未来发展趋势预测

第三节 中国 现制饮品 行业规模发展预测

一、中国 现制饮品 行业市场规模预测

二、中国 现制饮品 行业市场规模增速预测

三、中国 现制饮品 行业产值规模预测

四、中国 现制饮品 行业产值增速预测

五、中国 现制饮品 行业供需情况预测

第四节 中国 现制饮品 行业盈利走势预测

第十四章 中国 现制饮品 行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国 现制饮品 行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国 现制饮品 行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 现制饮品 行业品牌营销策略分析

一、 现制饮品 行业产品策略

二、 现制饮品 行业定价策略

三、 现制饮品 行业渠道策略

四、 现制饮品 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202502/742545.html>