

快速了解 产业链 之

奶茶行业

INDUSTRY
CHAIN

目录

01

概况

02

全景

03

上游

04

中游

05

下游

06

挑战

07

趋势

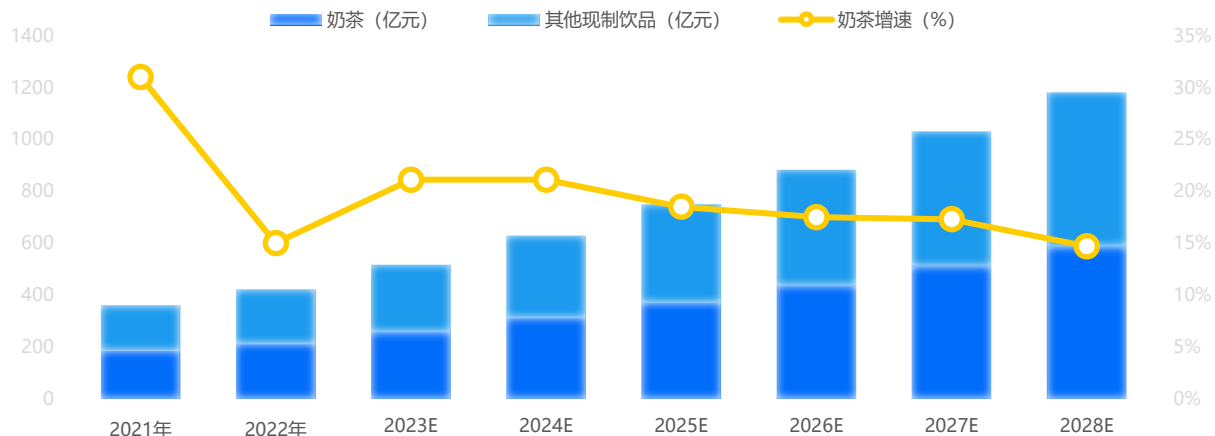


右滑阅读

行业发展概况

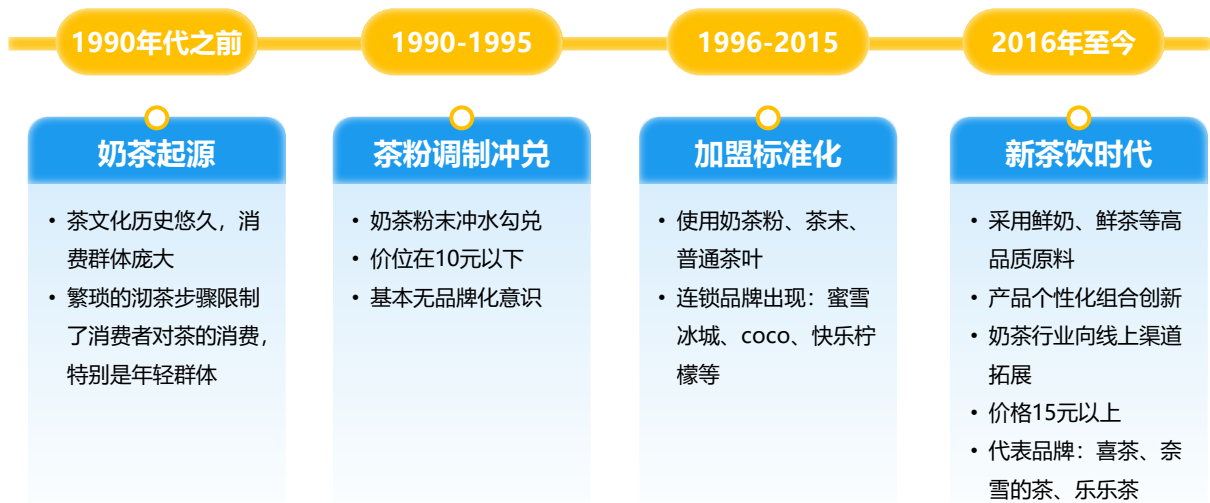
2022年我国奶茶行业规模2100+亿元，是现制饮品行业（现制奶茶、现磨咖啡市场、现制冰淇淋&酸奶等）占比最大的细分赛道，2022年占比51%。2017-2022年现制茶饮市场CAGR约20%。随着消费习惯的常态化、外卖服务的便捷化，奶茶市场规模未来将持续稳定增长，预计到2028年接近6000亿元。

中国奶茶市场规模及预测



行业发展历程

奶茶行业的发展历程是一个不断创新和升级的过程，以满足消费者日益多样化的需求。目前奶茶行业已经步入高品质、强品牌文化、产品个性化的新茶饮时代。



产业链全景图

上游

原材料

茶叶供应商



奶业供应商



水果供应商



包装、设备供应商



中游

加工生产

奶茶品牌

直营新式茶饮品牌



加盟新式茶饮品牌



直营+加盟新式茶饮品牌



第三方服务商 (仓储、物流、配送、支付)



下游

销售端

外卖平台



品牌小程序



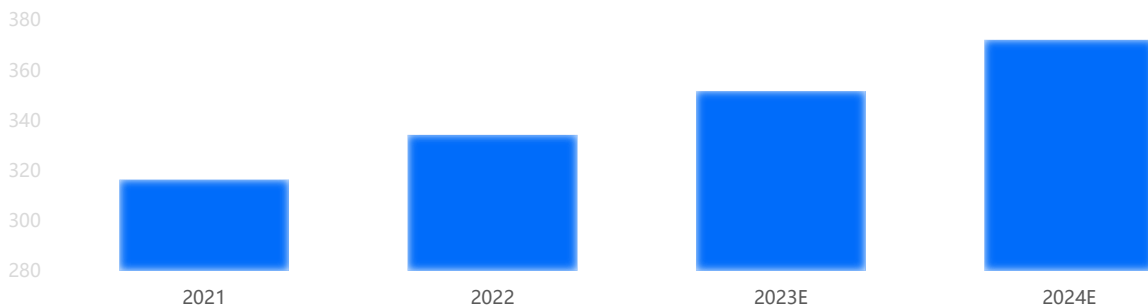
新式茶饮门店



茶叶

- 茶叶为奶茶的核心原材料，成本占一杯奶茶的25%左右。茶叶的成本、质量及稳定供货对现制茶饮店的经营至关重要，但茶叶过去一直是非标准化及信息不对称的市场。新式茶饮对茶叶进行标准化改造，通过与上游原产地茶园签订采购协议、甚至自建茶庄优化供应链管理，确保茶底供货和质量的稳定性。
- 乌龙茶和红茶是奶茶中应用的TOP品类。从茶叶供应商来看，奶茶的供应链市场集中度较低，在地域上呈现近茶产地加工的特点。

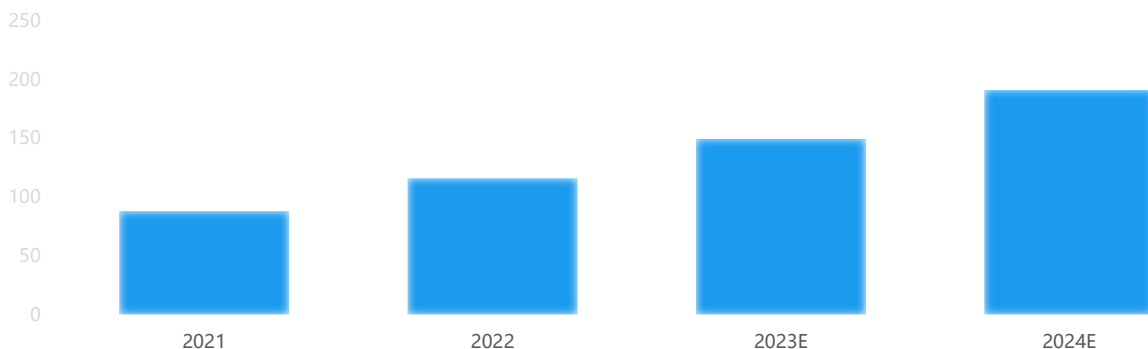
我国茶叶产量趋势预测（万吨）



水果

- 奶茶的水果成本为20-25%，占整体成本比例高。随着奶茶行业对原材料新鲜程度要求的提升，对于水果的需求也将快速增长。预计2024年奶茶行业水果市场规模将达到190.9亿元。
- 奶茶行业使用到的水果具有多种形态，如鲜果、冻果、浓缩果汁、果酱、NFC等，分别拥有不同观点特性及价值。

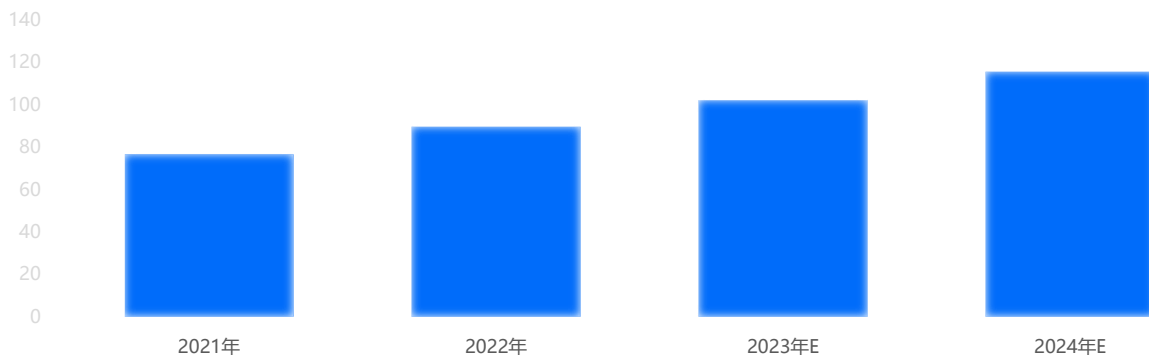
我国奶茶行业水果市场规模预测（万吨）



奶制品

- 奶制品在一本奶茶中平均成本为17%-21%。
- 奶茶所使用的奶制品包括：纯牛奶、植脂末、加工奶制品等。其中纯牛奶使用比重最大，植脂末次之。
- 奶茶中奶制品应用广泛，一杯奶茶中往往添加多重奶制品以丰富口感层次；奶制品制作工艺较其他原料更为复杂。预计2024年奶茶行业奶制品市场规模将达到115.5亿元。

我国奶茶行业奶制品市场规模预测（万吨）

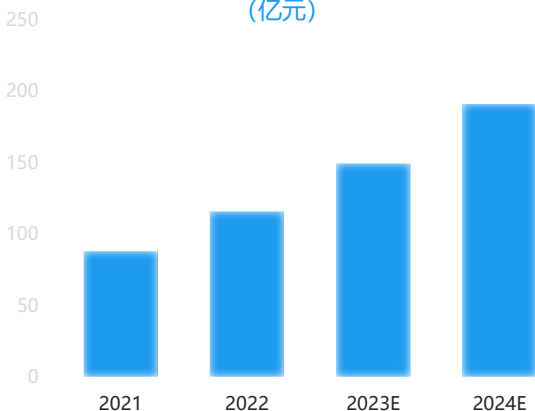


糖

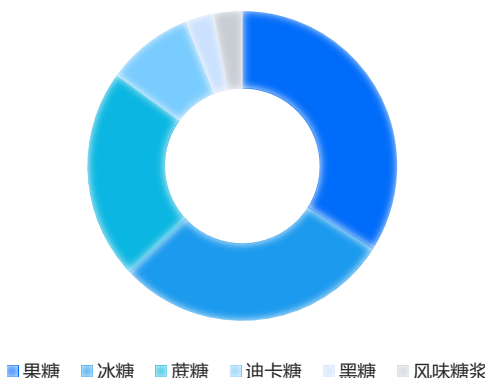
- 糖在一本奶茶中平均成本为10%-15%。
- 奶茶行业的快速发展催生多样化糖品类，其中2024年果糖、冰糖占比达63%。未来随着人们对健康需求的提升，冰糖及低卡糖使用比例将上升。预计2024年奶茶行业的糖类市场规模将超100亿元。

我国奶茶行业糖类市场规模预测

(亿元)



我国奶茶行业糖类2024年品类细分



产业链中游 奶茶加工生产

运营模式

- 奶茶的加工生产环节主要在门店现场进行，现制现饮是特色。
- 企业创立之初往往先采用直营模式展店，吸引消费者不断尝试；当企业能够实现盈利、品牌有一定知名度之后，加盟商陆续寻求合作，品牌采用直营+加盟双模式展店，快速拓展渠道。例如，2023 年喜茶通过开放加盟，奈雪也在 23 年下半年开始放开加盟。

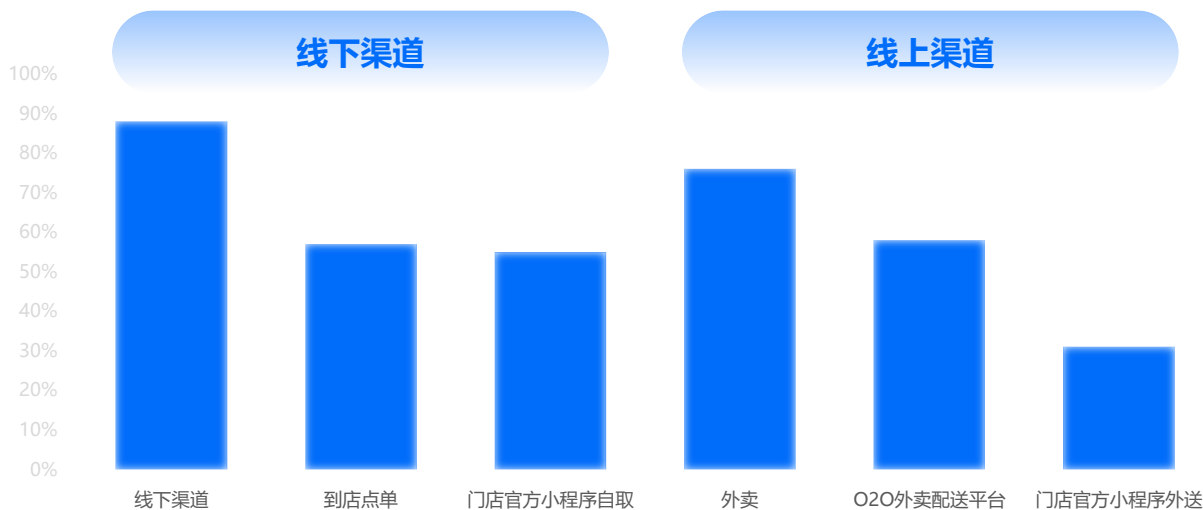
经营模式	品牌	创立时间	总部所在地	平均价格
加盟模式	一点点	1994	上海	14.9
	Coco都可	1997	上海	13.8
	蜜雪冰城	1997	河南郑州	7.9
	快乐柠檬	2006	上海	14.8
	书亦烧仙草	2007	四川成都	13.2
	茶百道	2008	四川成都	15.7
直营+加盟	乐乐茶	2016	上海	25.7
	奈雪的茶	2015	深圳	23.9
	茶颜悦色	2013	湖南长沙	17.2
	喜茶	2012	深圳	21.7
	古茗	2010	浙江台州	15.3
	沪上阿姨	2013	上海	14.9

加盟连锁门店的商业模式



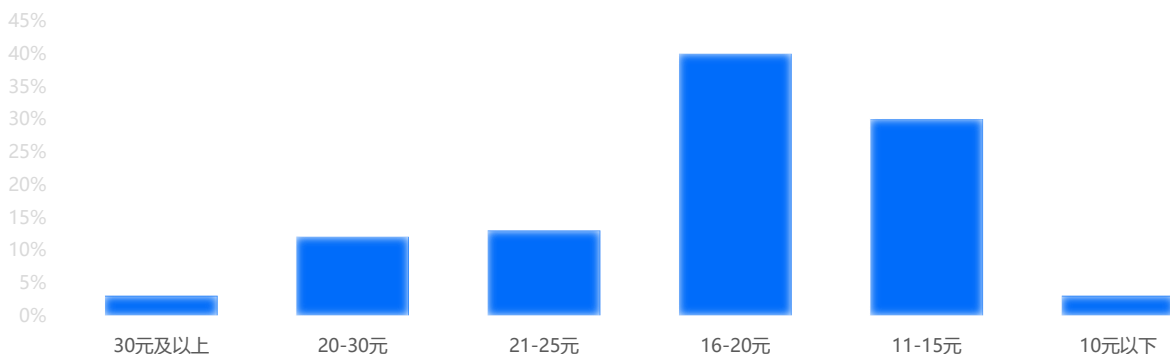
- 奶茶的加工生产环节主要在门店现场进行，现制现饮是特色。
- 企业创立之初往往先采用直营模式展店，吸引消费者不断尝试；当企业能够实现盈利、品牌有一定知名度之后，加盟商陆续寻求合作，品牌采用直营+加盟双模式展店，快速拓展渠道。例如，2023 年喜茶通过开放加盟，奈雪也在 23 年下半年开始放开加盟。

奶茶消费渠道选择



- 消费者更青睐于中端奶茶，对于高端奶茶接受度也较高，超过7成奶茶消费者可以接受最高客单价为 11-20元的产品。

2023年奶茶客单价



产业面临的挑战

1 市场饱和与竞争加剧

茶饮市场经过前几年的快速增长，目前已经出现了饱和迹象，尤其是在一线城市。品牌之间的同质化竞争严重，缺乏差异化的产品和品牌特色，导致价格战频繁，利润空间受到挤压。

2 消费者需求变化

随着健康意识的提高，消费者对茶饮的质量和成分越来越关注。传统的高糖、高热量茶饮逐渐失去市场，而低糖、低卡、天然成分的健康茶饮需求上升。这对茶饮企业提出了更高的产品研发和创新要求。

3 供应链管理挑战

茶饮行业的原材料包括茶叶、水果、奶制品等，这些原材料的质量和供应稳定性对产品品质至关重要。然而，原材料价格波动、供应链中断等风险，给茶饮企业带来了成本控制和质量保证的双重挑战。

4 数字化转型压力

随着移动互联网和数字化技术的发展，消费者越来越倾向于线上下单、外卖服务。茶饮企业需要加强数字化建设，提升线上线下融合的消费体验，同时收集和分析消费者数据，以更精准地满足市场需求。

5 食品安全与信任危机

食品安全事件对茶饮行业的影响极大，一旦发生问题，不仅会损害品牌形象，还可能导致消费者信任度下降。因此，茶饮企业必须加强食品安全管理，确保产品质量。

6 国际化发展难题

面对国内市场的激烈竞争，一些茶饮企业开始寻求海外扩张。然而，不同国家和地区的文化差异、消费习惯、法律法规等都给国际化带来了不小的挑战。

7 行业监管趋严

随着行业的发展，政府对食品安全、市场秩序等方面的监管越来越严格。茶饮企业需要不断适应政策变化，确保合规经营。

8 资本运作与市场预期

茶饮行业的快速发展吸引了大量资本的关注，但同时也带来了高估值和高市场预期的压力。一旦业绩不达预期，可能会引发资本市场的负面反应。

产业发展的趋势

1 健康化产品创新

随着健康意识的提升，消费者更偏好低糖、低卡路里的饮品。例如，喜茶推出的“零卡糖”选项，以及奈雪的茶“轻食系列”，都是对健康化趋势的响应。

2 个性化定制服务

消费者对个性化的需求不断增长，茶饮品牌可以通过提供定制化服务来满足这一需求。例如，乐乐茶允许顾客根据自己的口味偏好选择甜度、冰量和配料。

3 数字化和智能化

利用数字化工具，如移动应用和小程序，提高顾客点单的便捷性。例如，喜茶的“喜茶GO”小程序，通过线上下单减少顾客等待时间。

4 品牌国际化

中国茶饮品牌积极拓展国际市场，如奈雪的茶在英国、美国等地开设分店，将中国茶饮文化传播到全球。

5 产业链整合

茶饮品牌通过整合上下游资源，提高效率和质量控制。例如，蜜雪冰城通过自建供应链，确保原材料的质量和供应稳定性。

6 可持续发展

茶饮企业注重环保和社会责任，如使用可降解的包装材料，减少对环境的影响。例如，喜茶推出环保纸吸管和可降解塑料杯。

7 下沉市场开拓

茶饮品牌开始重视三四线城市及乡镇市场，通过更亲民的价格和符合当地口味的产品吸引消费者。例如，蜜雪冰城在下沉市场拥有大量门店，深受当地消费者喜爱。

8 法规与标准建设

随着行业标准的完善，企业需要更加注重产品安全和合规性。例如，中国茶饮行业开始实施更严格食品安全法规，确保产品质量。

9 资本驱动的并购整合

资本的介入加速了行业内的并购整合，促进资源优化配置。例如，茶饮品牌通过并购小型竞争对手或上下游企业来扩大市场份额。

10 消费者体验创新

茶饮品牌通过创新店面设计、增加互动体验等方式，提升顾客的整体消费体验。例如，奈雪的茶推出的“奈雪的礼物”店，结合茶饮与零售，提供更加丰富的消费体验。



点赞收藏评论，
获取可编辑版本~