

2024年中国挂壁乳酪及饼干酱奶茶行业： 现制茶饮玩家快速增长，品牌差异化发展抢 占市场（上）

2024China Walled Cheese & Biscuit Sauce Milk Tea Industry:
Rapid growth of Freshly Brewed Drinks Industry Players, Brand
Differentiation to Capture the Market

中国チーズとビスケットソースのミルクティー産業
(摘要版)

报告标签：现制茶饮，水果茶，奶茶，品牌联名，产业链

主笔人：程希



报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。



观点摘要

现制茶饮是现场加工制作，供消费者直接饮（食）的茶汤及其制品，按照添加原料的不同可分为原叶茶饮、传统奶茶、调味茶饮料、调制奶茶、新茶饮料等种类。现制茶饮起源于中国台湾，历经近四十年发展，现制茶饮已成为跨越国界、深受全球消费者喜爱的饮品文化。全球现制茶饮市场规模持续增长，未来随着消费升级、口味创新、品牌竞争和数字化智能化的发展，现制茶饮行业有望继续保持快速增长态势。

✓ 现制茶饮品牌创新能力强，水果茶与奶茶作为两大主流茶饮品类，继续引领市场潮流

2024年1月至9月，中国饮品行业50个连锁品牌中，水果茶新品上架数量累计达到477款，较2023年同期有所下降（减少122款）；而奶茶（含植物基奶茶）新品上架数量累计为364款，较2023年同期增加了87款。

✓ 现阶段茶饮新品顶料口感趋向多元化，风味创新化，色彩层次化，小料趋向精简化

顶料赋予现制茶饮多元化、多层次的细腻口感，随着现制茶饮的发展，顶料口感趋向多元化，风味创新化，色彩趋向层次化。现阶段茶饮逐渐摆脱“八宝粥”式小料，2024年上半年添加了小料的现制饮品新品中，仅添加1种的占比达到75%，添加2种的占21.5%。

✓ 现制茶饮行业竞争白热化，头部品牌仍展现出较为强劲的拓店势头

现制茶饮行业高开业率与低存活率并存，新开店数量庞大但并未完全转化为持续的市场增长，蜜雪冰城作为行业领头羊，在2024年1-9月开设了6,090家新店，约为古茗的6.8倍以及茶百道的4.7倍。

中国现制茶饮行业——定义与分类

现制茶饮是现场加工制作，供消费者直接饮（食）的茶汤及其制品，按照添加原料的不同可分为原叶茶饮、传统奶茶、调味茶饮料、调制奶茶、新茶饮料等种类

现制茶饮的概念界定及分类

<p>1</p> <p>原叶茶饮是指现场加工制作的采用冲泡、浸泡或煮制等方式制成的茶叶水提液</p>	<p>2</p> <p>传统奶茶是以原叶茶饮和（或）茶汤、奶或奶制品为原料，添加或不添加糖、盐及其他食品，不添加固体饮料，采用传统工艺加工烹制的液体或固液混合物</p>	<p>4</p> <p>调制奶茶是以原叶茶饮和（或）茶汤为原料，加入固体饮料和（或）其他食品，现场加工制成的液体或固液混合物</p>
<p>3</p> <p>调味茶饮料是以水为原料，加入食品添加剂和（或）其他食品，现场加工制成的液体或固液混合物</p>	<p>5</p> <p>新茶饮料是以原叶茶和（或）茶汤、水果、现榨果蔬汁、原榨果汁、果汁、蔬菜汁、蔬菜、乳制品中一种或多种为原料，添加或不添加其他食品，不添加固体饮料，经现场加工制成的液体或固液混合物</p>	<p>6</p> <p>其他现制茶饮是指上述现制茶饮之外的现制茶饮</p>



- **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。这种饮品通常采取现做现售的方式，供消费者直接饮用。

■ 现制茶饮的定义与分类

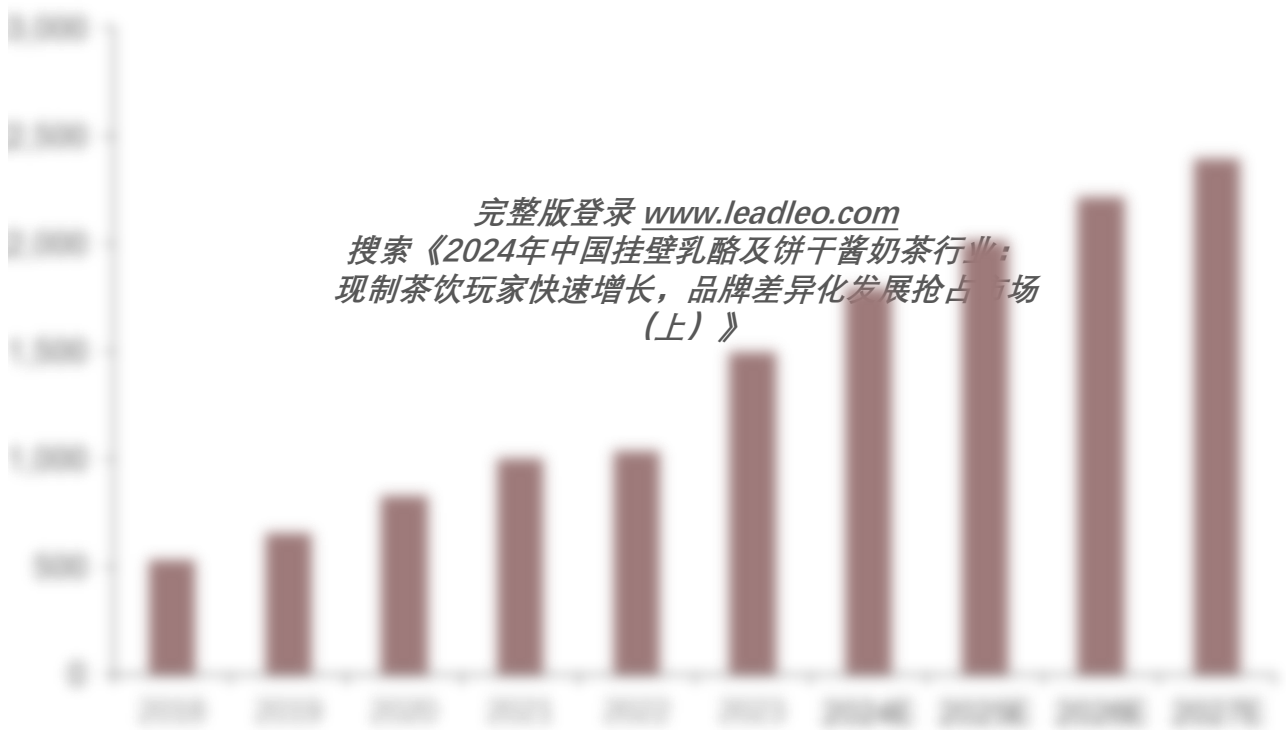
现制茶饮是指以茶叶或其浸泡液、浓缩液、茶粉等提取物、其他乳和（或）乳制品、新鲜果蔬或其他食品配料中的一种或多种为原料，通过现场调配而成的即调即饮的饮料。这种饮品通常采取现做现售的方式，供消费者直接饮用。现制茶饮按照添加原料的不同可分为原叶茶饮、传统奶茶、调味茶饮料、调制奶茶、新茶饮料等种类。

来源：中国轻工业协会、头豹研究院

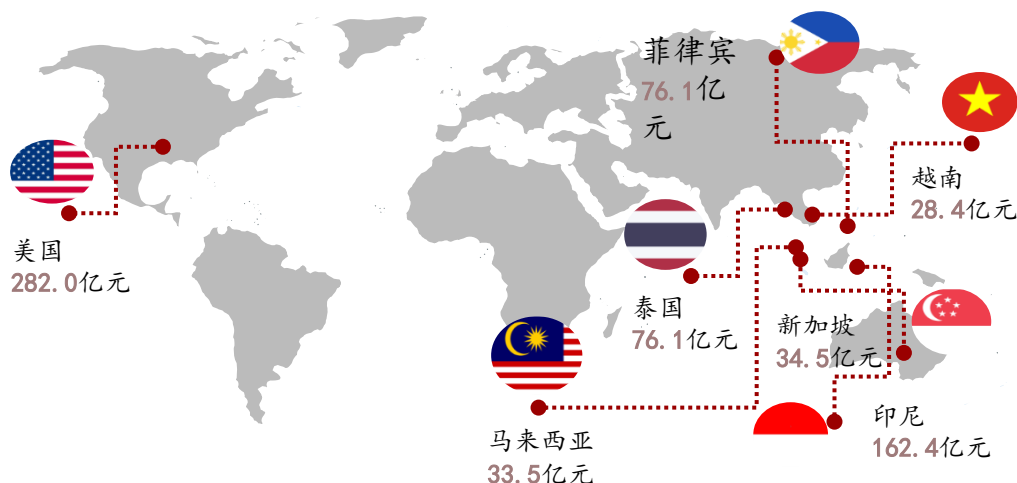
中国现制茶饮行业——市场规模

全球现制茶饮市场规模持续增长，未来随着消费升级、口味创新、品牌竞争和数字化智能化的发展，现制茶饮行业有望继续保持快速增长态势。

中国现制茶饮市场规模，2018-2027年预测



主要海外国家现制茶饮市场规模(按营收计)，2023年

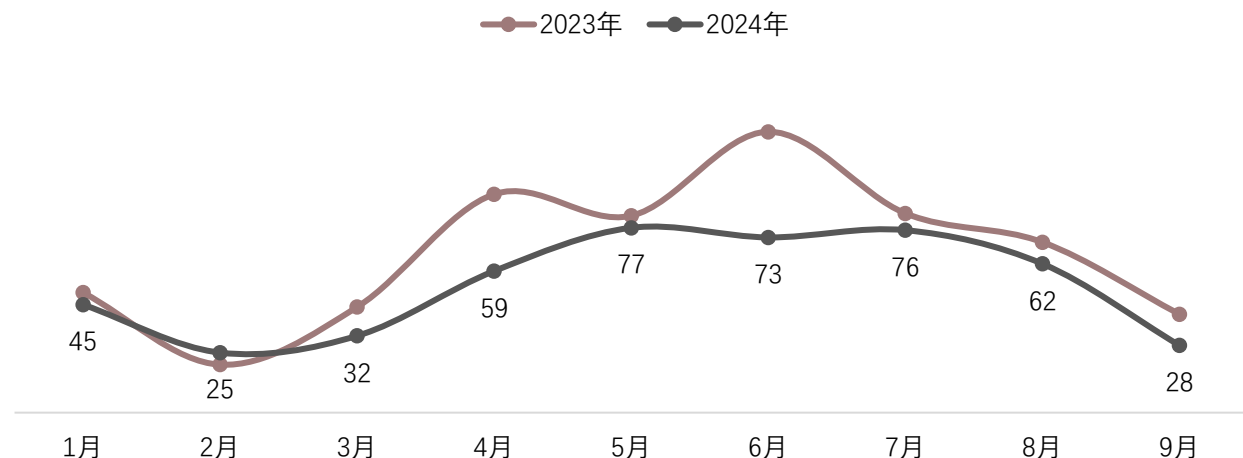


来源：蜜雪冰城招股书，头豹研究院

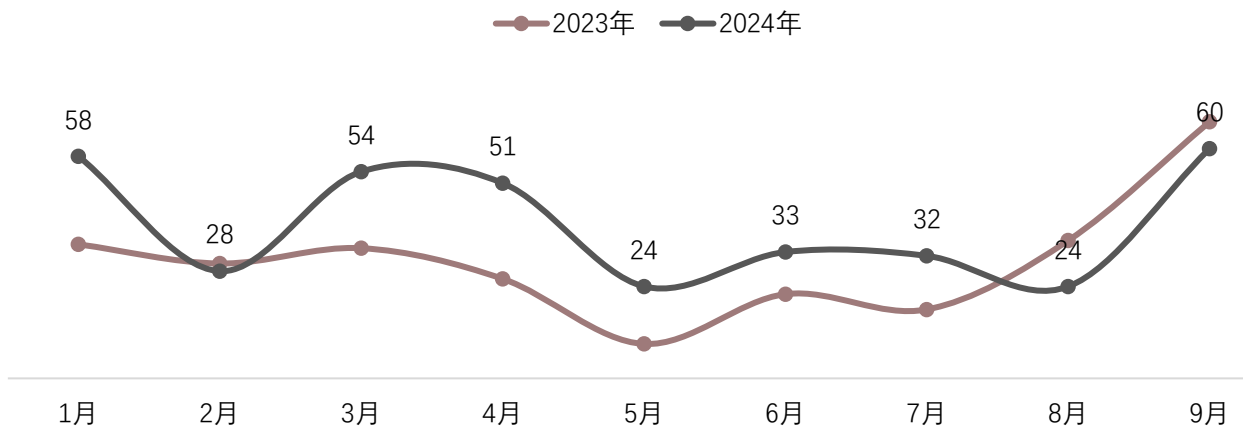
中国现制茶饮行业——产品上新

2024年，水果茶与奶茶作为两大主流茶饮品类，继续引领市场潮流，保持着强劲且稳定的市场需求。预计2024年中国现制茶饮市场规模将超过1,700亿元，进一步巩固其在饮品行业中的领先地位。

中国现制饮品连锁品牌上新水果茶款数，2023-2024年



中国现制饮品连锁品牌上新奶茶款数，2023-2024年



■ 现制茶饮品牌创新力强。

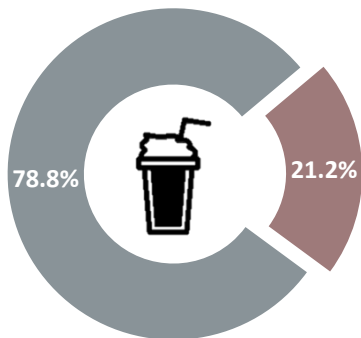
水果茶和奶茶作为两大主流茶饮品类，在2024年仍保持着强劲的市场需求。2024年1月至9月，中国饮品行业50个连锁品牌中，水果茶新品上架数量累计达到477款，较2023年同期有所下降（减少122款）；而奶茶（含植物基奶茶）新品上架数量累计为364款，较2023年同期增加了87款。蜜雪冰城凭借精简的品类和SKU设计，展现了其高效运作和精准满足消费者需求的能力。2024年上半年，蜜雪冰城采取了保守的新品发布策略，仅在1月推出3款饮品新品，在4月推出2款酸奶新品及1款柠檬乌龙茶新品，随后在6月推出糯香柠檬茶。

来源：饮力试验室，头豹研究院

中国现制茶饮行业——发展趋势

随着现制茶饮行业的发展，现阶段茶饮新品顶料口感趋向多元化，风味创新化，色彩层次化，小料趋向精简化，逐渐摆脱“八宝粥”式小料

现制饮品新品顶料特征，2024年H1



现制饮品中的顶料主要以奶沫、奶盖、奶油顶、云顶为主，赋予饮品多元化的层次与细腻口感。2024年上半年上市的现制饮品新品中，使用顶料的新品数占比达到21.2%。

口感多元

- 各类顶料各具特色，奶沫柔滑、奶盖醇厚、奶油顶坚实，不同顶料与各色基底搭配，能够呈现出多元化的口感。

风味创新

- 顶料的口味中融入了大量的创意元素，创造出愈多的独特顶料风味。

色彩丰富

- 为满足消费者对视觉美感的追求，顶料由初始的单一原色逐步转变现阶段的多层次色彩。

■ 现制茶饮新品顶料趋向多元化，现制茶饮新品小料趋向精简化。

顶料赋予现制茶饮多元化、多层次的细腻口感，随着现制茶饮的发展，顶料口感趋向多元化，风味创新化，色彩趋向层次化。各类顶料（奶沫、奶盖、奶油顶、云顶）与各色基底搭配，呈现出多元化的口感，并在顶料口味中融入大量创意元素，并创新顶料色彩以满足消费者对世界美感的追求。

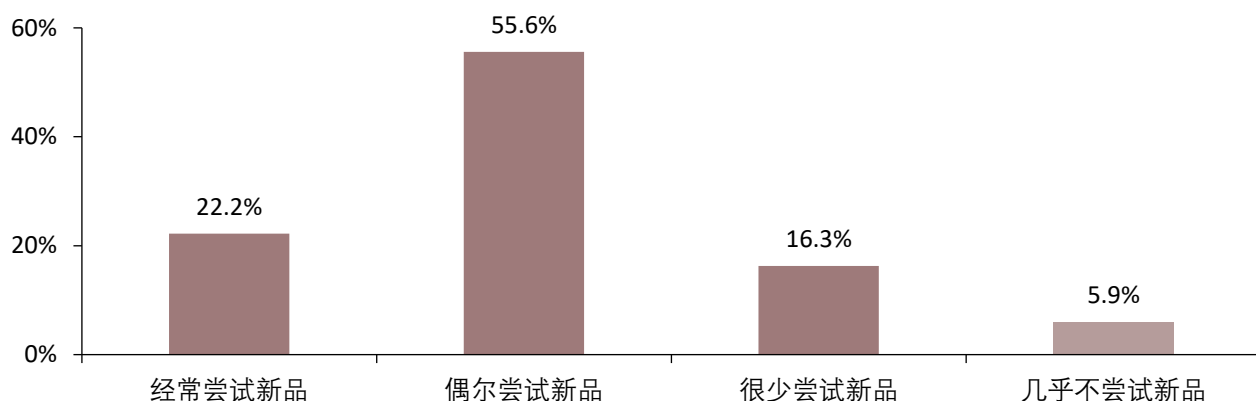
2024年上半年的现制饮品新品中，茶冻、奶冻等清爽且具有咀嚼感的果冻凝脂类小料使用频率最高。现阶段茶饮逐渐摆脱“八宝粥”式小料，2024年上半年添加了小料的现制饮品新品中，仅添加1种的占比达到75%，添加2种的占21.5%。

来源：红餐大数据，头豹研究院

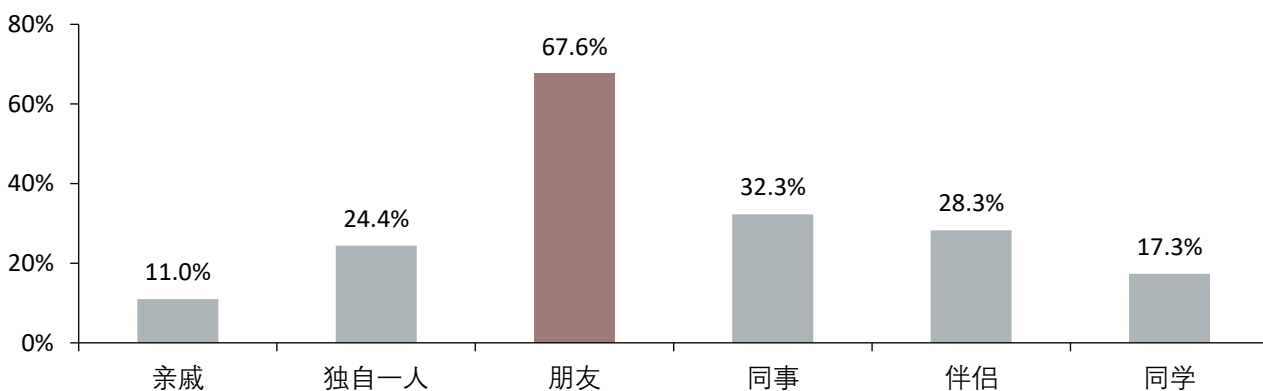
中国现制茶饮行业——消费者画像

中国现制茶饮市场潜力整体较高，超9成消费者对现制茶饮新品呈开放态度，且与朋友共尝新品能够为消费者提供安全感与信心。

2024年现制饮品消费者新品消费情况



现制饮品消费者尝试新品伙伴身份占比分布，2024H1



■ 中国现制茶饮市场潜力整体较高，超9成消费者对现制茶饮新品呈开放态度。

22.2%的现制饮品消费者表示其经常尝试新品，偶尔尝试新品的占比达到55.6%，愿意尝新但频率相对较低的现制饮品消费者占比达16.3%。现制饮品新品的消费者中，女性群体占大多数，同时Z世代消费者居多。与朋友共尝新品能够为消费者提供安全感与信心，67.6%的现制饮品消费者表示通常会与朋友一起尝试新品。其次是同事和伴侣，占比分别达到32.3%和28.3%。

早“C”午“T”成为大部分现制饮品消费者的消费习惯，在现制茶饮人群中，下午喝茶饮的偏好占比达51.5%。

来源：红餐大数据，头豹研究院

团队介绍



刘贵仁
首席分析师
gary.liu@leadleo.com



程希
行业分析师
xi.cheng@leadleo.com

头豹研究院

咨询/合作

网址: www.leadleo.com

电话: 13080197867 (李先生)

电话: 13631510331 (刘先生)

@深圳市华润置地大厦E座4105室

联系我们

阅读全部原创报告和百万数据

会员账号

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制报告/词条

定制公司的第一本

白皮书

内容授权商用、上市

招股书引用

企业产品宣传

市场地位确认

丰富简历履历，报名

云实习课程

头豹研究院

咨询/合作

网址: www.leadleo.com

电话: 13080197867 (李先生)

电话: 13631510331 (刘先生)

@深圳市华润置地大厦E座4105室

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立，发展，扩张，到企业上市及上市后的成熟期，头豹各行业研究员积极探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业视野解读行业的沿革。
- ◆ 头豹研究院融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 头豹研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 头豹研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。