



菜单洞察 —— 茶饮店（下半年） - 中国 - 2021年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 茶饮店品牌的竞争策略
- 新兴茶饮店品牌如何吸引消费者
- 茶饮店领域的创新趋势
- 消费者对领先茶饮店品牌形象的认知
- 消费者对功能性产品的偏好
- 茶饮店领域的高端化机会

在中国茶饮店市场，茶馆历来是消费者体验茶文化的主要渠道，直到20世纪90年代外食茶饮行业率先在台湾和香港兴起。随后，茶饮在大陆地区开始流行，门店也逐渐从一线城市扩展至低线城市。2020年，茶饮店门店总数为53.4万家，2021年增长了8%至57.7万家。与此同时，产品同质化和新兴的食品安全问题将对该行业构成威胁。随着资本不断涌入，中国新式茶饮行业正在经历标准化和产业化。新品研发过程强调精选原料，因为消费者追求高品质天然原料，如全叶茶、鲜牛奶和新鲜水果。品牌和企业尝试建立自有供应链，同时为原料产地的发展提供支持。纯茶和植物奶茶饮将成为日益流行的潮流产品。

除了店内体验的升级和创新以外，品牌和企业还在门店运营方面发力。多样化门店类型可能更适合当前市场，包括提供消费者放松身心的“第三空间”，或提供快速服务的外卖门店。



“过去数十年来，茶饮店行业欣欣向荣，并以直营或加盟的商业模式继续蓬勃发展。消费者越来越偏好清淡的口感和注重健康的产品，青睐纯茶和精简产品，并且看重高品质原料。强调有益健康的特性，同时与植根于中国文化的茶饮创意相结合，将成为高端茶饮的未来趋势。”

— 高屹，研究分析师

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告定义

综述

- 市场
数据1: 茶饮店零售额预测（最好和最差情形），中国，2016-2026年
- 公司与品牌
- 消费者
- 茶饮店消费呈增长趋势
数据2: 购买过的茶饮，中国，2021年
- 口味好和口碑好息息相关
数据3: 领先品牌的特点，中国，2021年
- 具有社会影响力的品牌将赢得消费者的忠诚度
数据4: 品牌选择因素（按部分描述区分），中国，2021年
- 对于消费者来说，茶饮的口味最重要
数据5: 高端化因素，中国，2021年
- 一杯理想的茶饮需具有**3-4**项功能性宣称
数据6: 功能性偏好，中国，2021年
数据7: 功能性偏好（按频度分析区分），中国，2021年
- 茶饮的饮用场合不局限于外卖
数据8: 对茶饮和茶饮店的态度，中国，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 坚持市场标准化和产业化
- 现状
- 启示
数据9: 喜茶投资的茶饮店品牌的产品实例，中国，2021年
- 新兴品牌以更低的成本在低线城市大获成功
- 现状
- 启示
数据10: 喜茶和喜小茶门店照片，中国，2021年
数据11: 喜茶的明星产品也在喜小茶推出，中国，2021年
- 以更优质的原料打造精简配方，推广中国茶文化
- 现状
- 启示
数据12: 霸王茶姬鲜奶茶产品实例，中国，2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据13: KOI Thé提供的纯茶及制茶过程，中国，2021年

数据14: KOI Thé提供手冲茶，中国，2021年

市场规模与预测

数据15: 茶饮店零售额预测（最好和最差情形），中国，2016-2026年

市场因素

- 针对外食茶饮的法规

数据16: 现制水果茶团体标准，中国，2021年

- 食品安全措施势在必行

数据17: 喜茶食品安全活动海报，中国，2021年

数据18: 喜茶食品安全自查报告，中国，2021年

- 茶饮店的商业模式不尽相同

- 直营——在卓越运营方面占优势

- 加盟——在发展自有供应链方面占优势

数据19: 蜜雪冰城的全自动生产车间，中国

市场份额

数据20: 头部茶饮店品牌的门店数量及占比，中国，2019-21年

营销活动

- 沉浸式门店为消费者提供多样化体验

- 巴士造型的SEVENBUS

数据21: SEVENBUS新门店，中国，2021年

- 喜茶手造店成为深圳南头古城打卡地标

数据22: 喜茶手造店，中国，2021年

- théATRE：茶饮与艺术的融合

数据23: théATRE产品“吉维尼的正午”，中国，2021年

- 茶饮店将整体“养生”概念应用于品牌宣传

数据24: 椿风对中草药原料的介绍，中国，2021年

数据25: 椿风官网关于饮食的文章，中国，2021年

- 宣传经典回归季节限定产品

数据26: 3个品牌的招牌饮品，中国，2021年

新产品趋势

- 喜茶在城市限定系列中融入特色美食元素

数据27: 喜茶城市限定产品，中国，2021年

- 未来茶浪的茶饮带营养标签

数据28: 说明“一茶三调”的未来茶浪产品图片，中国，2021年

数据29: 说明营养标签的未来茶浪产品图片，中国，2021年

- 佰朔用咖啡萃取工艺制作茶饮

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据30: 佰朔茶拿铁和茶味甜点，中国，2021年

购买过的茶饮

- 在茶饮店消费的消费者数量有所增长
数据31: 购买过的茶饮，中国，2020年和2021年
数据32: 购买过的茶饮（按性别区分），中国，2021年
- 原料精简的茶饮得到Z世代青睐
数据33: 购买过的茶饮（按代际区分），中国，2021年
- 利用纯茶和植物基茶饮实现高端化
数据34: 购买过的茶饮（按个人收入和教育程度区分），中国，2021年
- 消费者普遍追求茶饮多样性
数据35: 购买过的茶饮（按频度分析区分），中国，2021年
数据36: 购买过的茶饮（按性别和年龄区分），中国，2021年
数据37: 购买过的茶饮（按城市线级区分），中国，2021年

品牌印象

- 口味好和口碑好息息相关
数据38: 领先品牌的印象，中国，2021年
- 解读消费者对喜茶品牌形象的认知
数据39: 购买过的茶饮（按喜茶品牌形象区分），中国，2021年
- 门店数量有助于品牌认知度的提升
数据40: 品牌印象（按“不了解这个品牌”的部分品牌和门店数量区分），中国，2021年

品牌选择因素

- 选择茶饮品牌时的道德考量
数据41: 品牌选择因素，中国，2021年
- 价格更低的替代产品并不适用于所有消费者
数据42: 品牌选择因素（按“在两款口味相似的茶饮中，我会选择价格更低的产品”区分），中国，2021年
数据43: 品牌选择因素（按“在两款口味相似的茶饮中，我会选择价格更低的产品”和家庭收入区分），中国，2021年
数据44: 品牌选择因素（按“在两款口味相似的茶饮中，我会选择价格更低的产品”以及喜茶和蜜雪冰城的部分品牌印象区分），中国，2021年
数据45: 品牌选择因素（按“相比现制茶饮，我会因为价格更低而购买相似口味的瓶装饮品”区分），中国，2021年
- 消费者追求定制和明确的产品成分标签
数据46: 品牌选择因素（按部分描述区分），中国，2021年
- 高收入消费者更适应新趋势
数据47: 品牌选择因素（按部分描述区分），中国，2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据48: 品牌选择因素（按部分消费者“非常同意”的描述区分），中国，2021年

高端化因素

- 产品的口味比包装和名称更重要
数据49: 高端化因素，中国，2021年
- 不同线城市消费者对茶饮的偏好呈现差异化
数据50: 高端化因素（按城市线级区分），中国，2021年
- 利用先进的茶底萃取工艺优化纯茶
数据51: 高端化因素（按购买过的茶饮区分），中国，2021年
数据52: 高端化因素（按先进的茶底萃取工艺和家庭收入区分），中国，2021年

功能性偏好

- 消费者希望茶饮有益肠道健康
数据53: 功能性偏好，中国，2021年
- 18-24岁的消费者追求美容养颜功效
数据54: 功能性偏好（按部分宣称以及性别和年龄区分），中国，2021年
- 最具吸引力的功能性宣称组合
数据55: 功能性偏好（按频度分析区分），中国，2021年
数据56: TURF分析——健康意识，2021年
数据57: 前十大食品原料（按与医疗保健相符的食品和饮料品类区分），全球，2016年10月-2021年11月

对茶饮和茶饮店的态度

- 对地域性原料和纯茶的积极态度
数据58: 对茶饮和茶饮店的态度（按茶饮偏好区分），中国，2021年
数据59: 对茶饮和茶饮店的态度（按“我喜欢使用地域性原料制作的饮品”以及性别、年龄和个人收入区分），中国，2021年
数据60: 对茶饮和茶饮店的态度（按“我喜欢在茶饮店购买纯茶”以及城市线级和个人收入区分），中国，2021年
- 家人/朋友的推荐会影响品牌偏好
数据61: 对茶饮和茶饮店的态度，中国，2021年
- 消费者寻求差异化的“第三空间”
数据62: 对茶饮和茶饮店的态度，中国，2021年
- 年轻一代对食品安全的关注度较低
数据63: 对茶饮和茶饮店的态度（按代际区分），中国，2021年

附录——市场规模与预测

数据64: 茶饮店的总销售额，中国，2015-2026年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。



附录——研究方法 with 缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

The logo consists of the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font, contained within a yellow speech bubble shape. Below the main bubble are three smaller, overlapping yellow circles of decreasing size, suggesting a trail or a thought process.

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。