



2019年 中国新式饮品领域研究报告

亿欧智库 www.iyiou.com/intelligence

Copyrights reserved to EO Intelligence, March 2019

自现制饮品进入中国人的视野中，它在数年间历经了数场迭代与升级。

最早的现制饮品，多以茶粉、奶精粉等人工调味配料所制成。价格低廉，以小店为主要贩卖场所；渐渐地，以茶叶冲泡为特点的茶混上鲜奶的鲜奶茶出现，鲜奶茶又变为现今人手一杯的奈雪の茶、星巴克.....等。

通过这些饮品的流变，我们所见证的，不仅仅是消费者健康意识的崛起，也包含了看见中国经济的飞速发展，以及技术与科技的进步深入生活所带来的便利。

一开始，大陆承接了来自香港、台湾的奶茶文化以及来自欧美的咖啡文化。随着自主文化的觉醒，品牌意识的提升，以及资本对创新事物的青睐，新式饮品文化诞生，也逐渐地在大众的生活中占有一席之地。

现今，许多人对于新式饮品品牌往往都抱有“网红”、“缺乏实力”的印象。然而经由亿欧智库观察发现，不仅许多新式饮品品牌在市场营销上屡屡打破传统，有部分品牌甚至已在发展自己专属的管理体系，并通过品牌的力量，带动中国整体餐饮供应链的提升。这背后隐含的，不仅是新式饮品领域的成熟与壮大。随着海外华人的增长以及中国文化的传播，全球市场对于中式餐饮的热度也在提升。管理模式的完整搭建代表着中国餐饮品牌有了更多走向国际的可能性。

经由从商业角度去剖析新式饮品整体的价值链，亿欧智库希望通过此次调研，梳理新式饮品的发展进程与现状，挖掘领域中的商业价值，进而对该领域未来的趋势作出判断。

为达到研究目的，本次研究主要使用2种研究方法来进行：

- ◆ 第一，亿欧智库将基于自身对行业长期观察获得的行业知识，并结合已有的研究成果，通过**桌面研究 (Desk Research)** 的方式，对中国新式现制饮品领域的整体发展脉络、消费者画像、价值链以及企业机能进行梳理与总结。另外，就新式现制饮品领域未来的发展趋势与变化作出判断分析，为进一步的调研工作奠定基础。
- ◆ 第二，亿欧智库通过对各式饮品品牌从业者以及消费者进行**深度访谈 (Experts IDI)**，充分听取从业者的认知与消费者的想法。以更为全面、客观的视角产出有效且具有针对性的研究结果，对新式现制饮品领域的各方面内容进行深入剖析。

桌面研究

整体理解阶段：

对新式饮品领域的**整体发展脉络**、**创新形态和路径**，以及该领域的**发展现状**进行梳理，融合自身对于行业的长期观察，形成整体认知；
整理各新式饮品品牌的**创新举措及举措给品牌所带来的益处与价值**，深入剖析领域现状，总结分析当前新式饮品领域内的各式创新点，为接下来新式饮品的发展趋势走出基本判断。

深度访谈

深入挖掘阶段：

基于桌面研究结果，分别对**新式饮品领域的品牌从业者**与**新式饮品消费者**进行深度访谈；
深入了解新式饮品领域的发展：理解从业者所面临的**优势与挑战**，理解消费者的消费习惯与动机，最终总结出整体新式饮品领域的发展现状与其创新举措。

通过本次研究，亿欧智库主要得出了以下几个结论：

- ◆ 资本型品牌将成为未来领域中的头部竞争者。由于新式饮品领域的主要特性有低进入门槛、低技术壁垒、高产品同质性与高运营复制性的特点，接受外部资本的品牌能够在**成本、营销以及资源三大层面站在更为靠前的起跑点**，资本型品牌容易形成“弯道超车”的现象。
- ◆ 亿欧智库认为，新式饮品在**产品原料、场景、饮品的外观与包装**三个层面的升级与创新，使得新式饮品的功能多样化，带动了中国新式饮品消费的发展。
- ◆ 消费者走向“数字化”，品牌的售后服务也因此由尾端角色走向完整价值链链条的粘合剂。数据使得品牌能够更好地去理解自己的消费者，**针对品牌产品研发及汰换作出精准参考**。长期而言，消费者数据的积累将促使品牌对**整体行业作出更加精准的判断**。
- ◆ 新式饮品领域各家品牌目前遇到最大的挑战是**战略管理（Strategic Management）与质量管理（Quality Management）**。
- ◆ 新式饮品领域已经从消费前沿趋势逐渐转变为较为日常的生活文化。头部玩家已经成型，品牌护城河开始运作。

Part 1 新式饮品领域概述

新式饮品领域演进

从外来文化到本土创新

新式饮品领域外部环境分析

经济与文化发展带来消费变革

新式饮品领域内部环境分析

资本助力与领域特性带动火热竞争

Part 2 新式饮品价值链分析

新式饮品领域 主要活动价值链分析

原料进货

饮品加工

产品交付

市场营销

售后服务

新式饮品领域 支援活动价值链分析

企业基础建设

人力资源管理

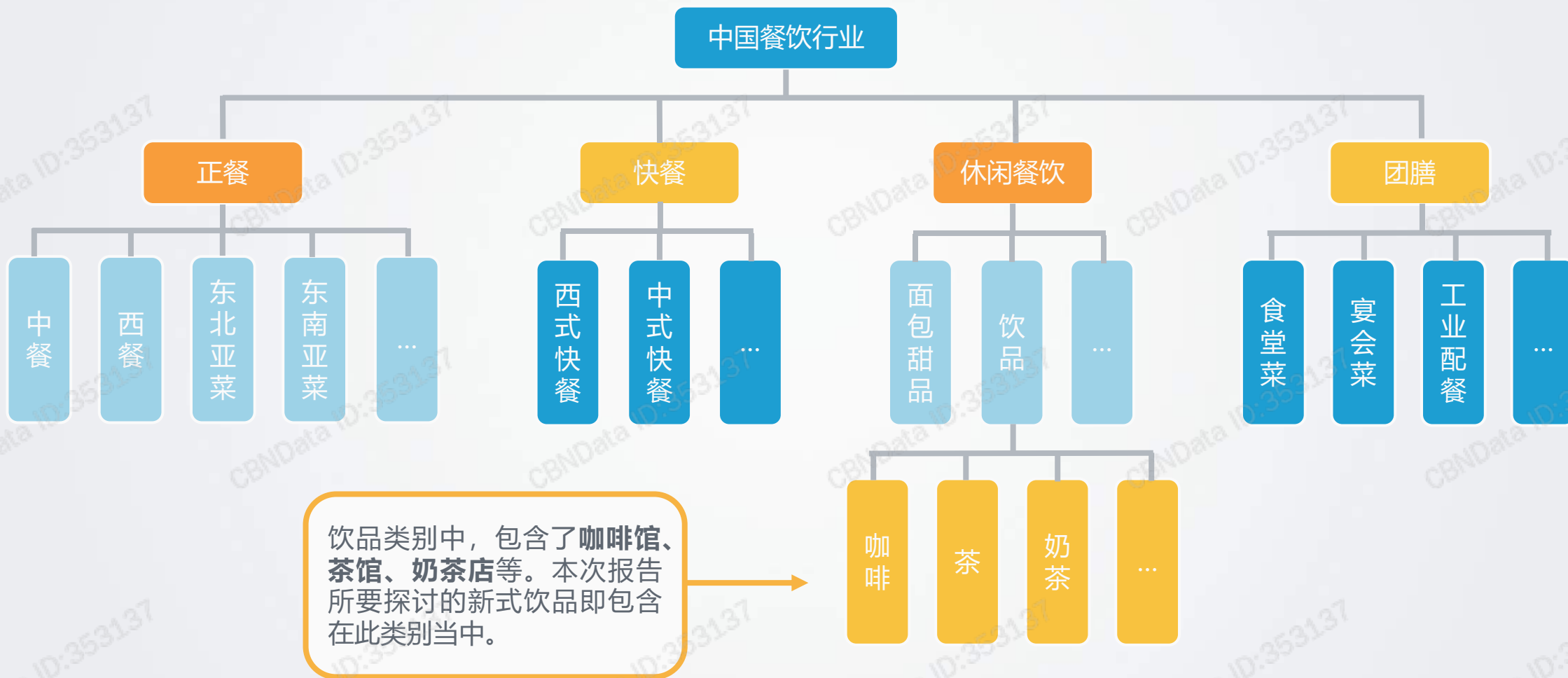
技术与研发

采购管理

Part 3 未来趋势与总结

1. 新式饮品领域概述

Definitions & Brief Introduction



本研究测算2018年中国饮品市场规模的逻辑为：从人均消费价格出发，以一线、新一线、二线、三线及以下城市为维度，根据美团点评餐饮学院所提供的各线城市人均单笔消费价格，乘以平均每间店的年销售单数，再乘以各线城市的饮品店数，测算出中国饮品领域的市场规模。

在下述计算中国饮品市场规模时，需列出以下关键信息：

- A. 根据美团点评餐饮学院所提供的数据，中国2018年一线、新一线、二线、三线及以下城市（三线至五线）的人均单笔消费价格分别为28.1元/笔、21.6元/笔、19.6元/笔、16.5元/笔。
- B. 亿欧智库实地走访各式饮品店及访谈业内专业人士，综合不同地区的数据变异，得出全国平均每间饮品店年销售单数为12000笔。
- C. 城市分级以第一财经于2018年4月发布的名单为准，根据大众点评网站的数据计算，一线、新一线、二线、三线及以下城市的饮品门店数分别共约为11万家、22万家、24万家、65万家。

依照上述测算逻辑，亿欧智库可以得出**2018年中国饮品市场规模为约2792亿元**。

城市分级	城市数量	人均单笔消费价格	饮品门店总数	全国单门店平均年销售单数	2018年中国饮品市场规模
------	------	----------	--------	--------------	---------------

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17084

