

CIC 灼识



全球现制饮品行业报告

© 2026 CIC 灼识版权所有。本文件包含高度机密信息，仅供我方客户专属使用。
未经 CIC 灼识书面许可，严禁以任何形式传阅、引用、复制或转载本文任何内容。

摘要

全球现制饮品市场始终保持稳健增长，未来扩张步伐预计将进一步加快。该行业依托巨大的待开发消费潜力与持续攀升的消费需求，在各核心区域市场均展现出广阔的长期发展前景。

目录

1. 行业概览

1.1 行业定义

1.2 行业规模与增长

1.3 中国现制饮品市场

1.4 东南亚现制饮品市场

2. 核心增长驱动因素与发展趋势

2.1 中国现制饮品市场的核心驱动因素与发展趋势

2.2 中国现制饮品市场关键成功要素

2.3 未来展望

1. 行业概览

1.1 行业定义

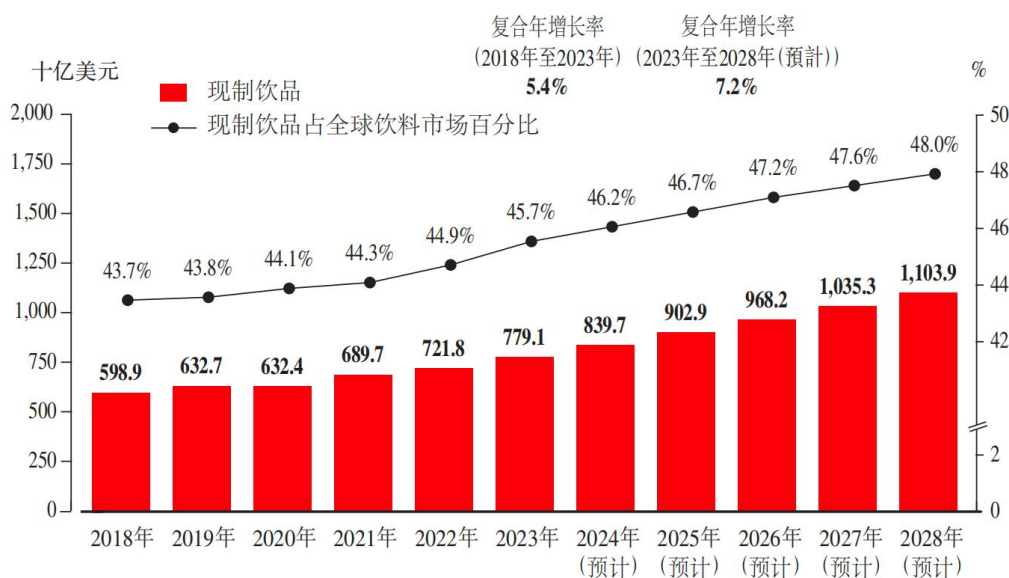
现制饮品指现场制作的非酒精饮料，主要包括现制果饮、茶饮、冰淇淋及咖啡。

整体饮料市场由现制饮品与即饮（RTD）预包装非酒精饮料构成。

1.2 行业规模与增长

以终端零售额计，全球现制饮品市场规模从 2018 年的 5,989 亿美元增长至 2023 年的 7,791 亿美元，复合年增长率为 5.4%。2023 年至 2028 年，市场预计将以 7.2% 的加速复合年增长率增长，规模将达 11,039 亿美元，到 2028 年占据全球饮料市场近一半份额。

全球现制饮品市场以终端零售额计的市场规模，2018年至2028年（预计）

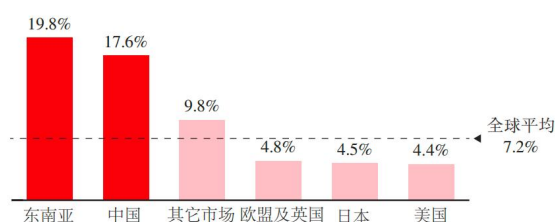


附注：饮料市场包括 (i) 现制饮品和 (ii) 预包装饮料（即指预先包装的非酒精饮料）的市场。

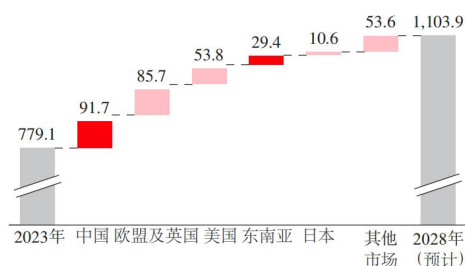
资料来源：CIC 灼识、国际货币基金组织、美国农业部

以中国和东南亚为代表的新兴市场快速增长，推动全球现制饮品市场加速扩张。2023 年至 2028 年，两大市场预计增速领跑全球主要市场，复合年增长率分别达 17.6% 和 19.8%。两者合计贡献同期全球现制饮品市场规模增量的近 40%，合计市场份额将从 2023 年的 12.0% 提升至 2028 年的 19.4%。

全球现制饮品市场以终端零售额计的复合年增长率，2023年至2028年（预计）



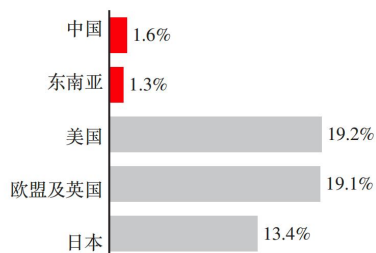
全球现制饮品市场以终端零售额计的规模增量，十亿美元，2023年至2028年（预计）



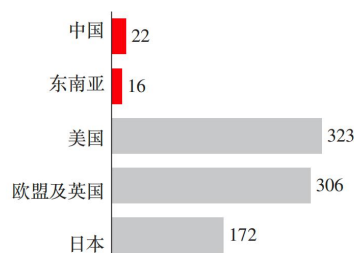
资料来源：CIC 灼识、国际货币基金组织、美国农业部

消费需求持续攀升，推动中国及东南亚现制饮品市场增长。2023 年，两地现制饮品消费在饮用水分摄入总量中的占比均不足 2%，人均年消费量分别为 22 杯、16 杯，远低于发达市场 17% 以上的占比及 260 杯以上的平均水平。随着两大区域市场增速加快，上述差距将逐步缩小，预计到 2028 年，两地人均消费量将增长逾一倍，分别达到 51 杯、36 杯，展现出强劲的增长潜力。

2023年现制饮品消费量占饮用水分摄入总量百分比



2023年人均现制饮品年消费量，杯/年



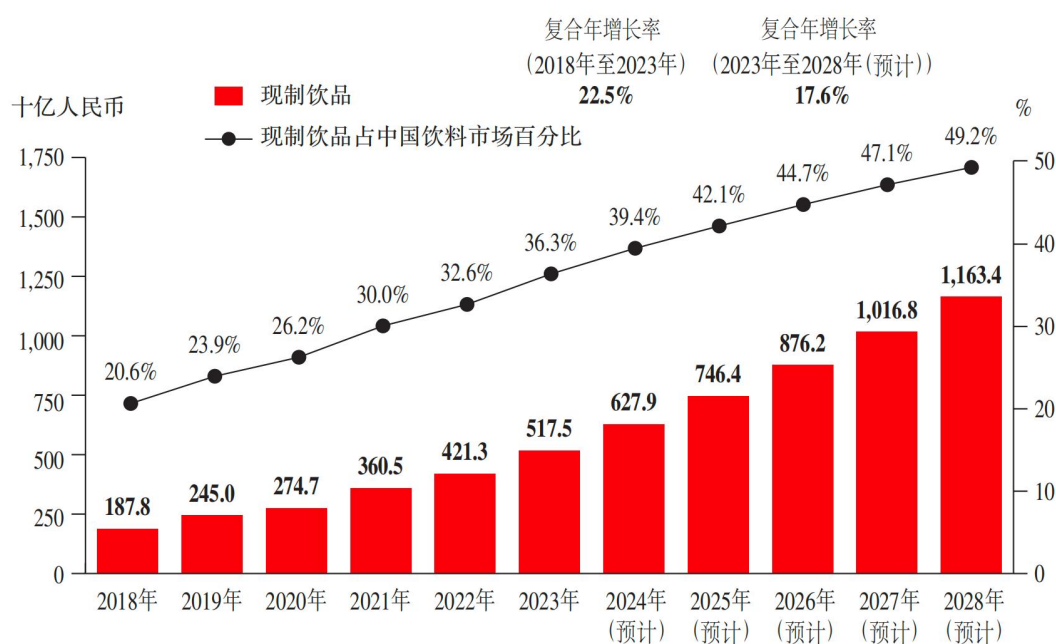
附注：饮用水摄入量包括现制饮品、预包装饮料、液体奶和自来水。

资料来源：CIC 灼识、世界银行、世界卫生组织、中国营养学会

1.3 中国现制饮品市场

中国现制饮品市场规模预计将从 2023 年的 5,175 亿元人民币增长至 2028 年的 11,634 亿元人民币，复合年增长率达 17.6%，远超同期预包装饮料市场 5.8% 的复合年增长率，预计到 2028 年将占据中国整体饮料市场近一半份额。

中国现制饮品市场以终端零售额计的市场规模，
2018年至2028年（预计）

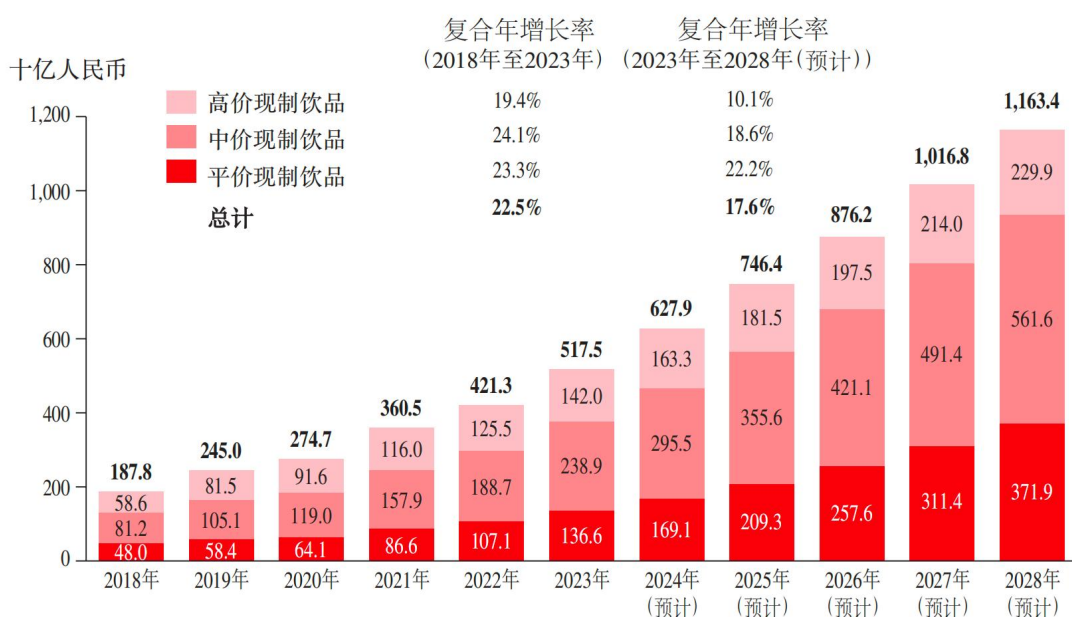


资料来源：CIC 灼识、中国国家统计局、国际货币基金组织、美国农业部

中国现制饮品市场分为三个价格带：平价（单价不高于 10 元人民币）、中价（单价 10-20 元人民币）及高价（单价不低于 20 元人民币）。其中，平价市场增速最快，其终端零售额从 2018 年的 480 亿元人民币增长至 2023 年的

1,366 亿元人民币，复合年增长率为 23.3%。2023 年至 2028 年，预计将以 22.2% 的复合年增长率增长，规模达 3,719 亿元人民币。

中国现制饮品市场以终端零售额计的市场规模，按价格带划分，
2018年至2028年（预计）

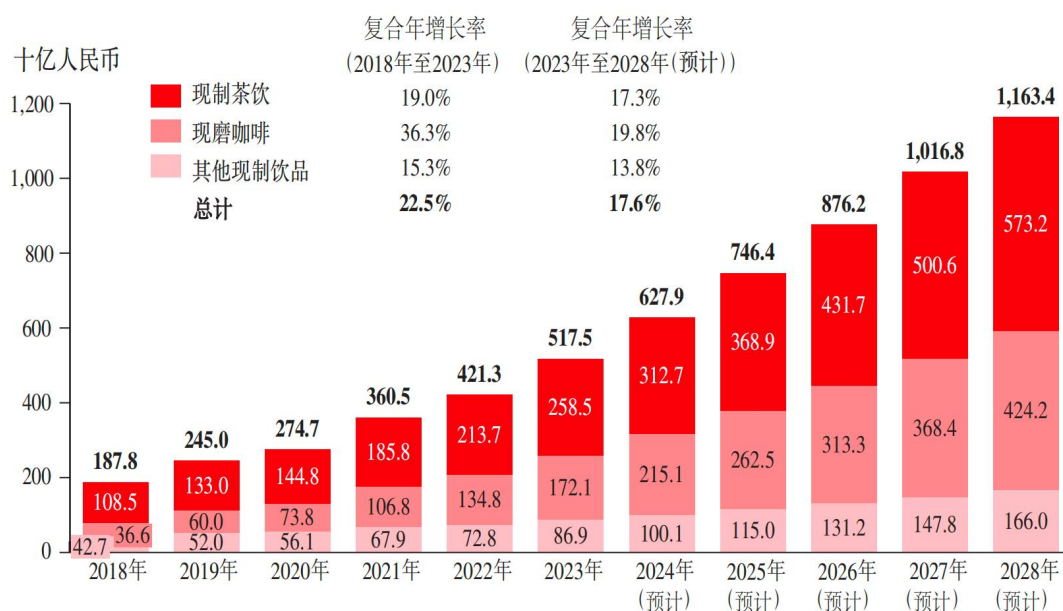


资料来源：CIC 灼识、中国国家统计局、国际货币基金组织、美国农业部

中国现制饮品市场主要由两大核心品类驱动：**现制茶饮与现磨咖啡**。

其中，现制茶饮是规模最大的细分品类，2023 年其终端零售额占整体市场份额约 50%。与此同时，现磨咖啡成为增长势头最为突出的赛道，2023 至 2028 年复合年增长率预计高达 19.8%，领跑中国整个现制饮品行业。

中国现制饮品市场以终端零售额计的市场规模，按品类划分
2018年至2028年（预计）

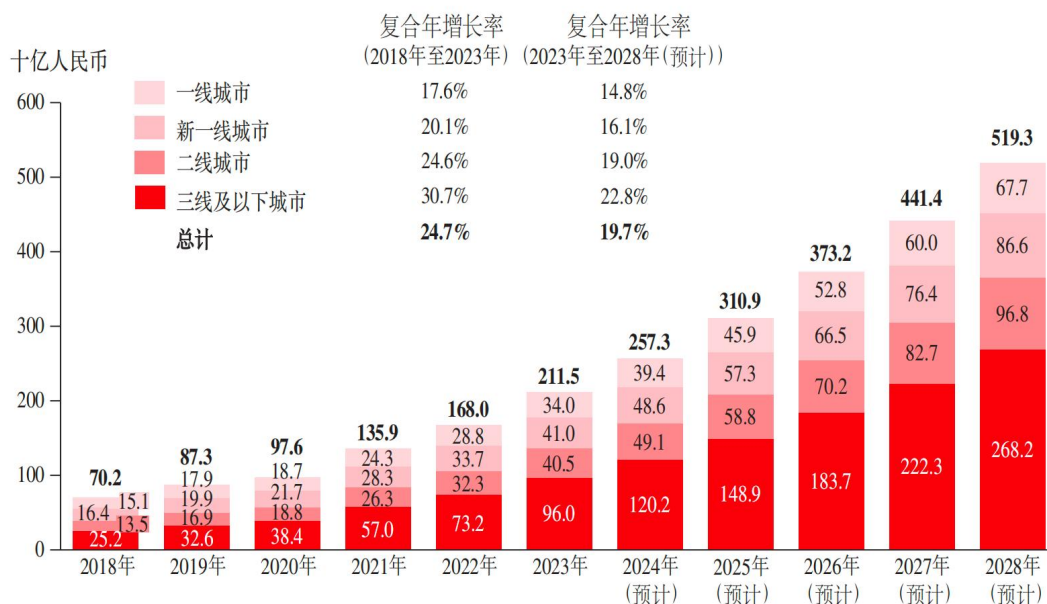


附注：其他现制饮品主要包括现制果饮、冰淇淋和酸奶。

资料来源：CIC 灼识、中国国家统计局、国际货币基金组织

现制茶饮门店一般售卖现制茶饮、果饮、冰淇淋等多款产品。据此预测，中国现制茶饮市场复合年增长率将达到 19.7%。三线及以下城市蕴藏巨大发展潜力，该下沉市场的复合年增长率预计可达 22.8%；五年内其终端零售额将从 960 亿元增长至 2,682 亿元，市场占比将升至全国总量的 51.6%，成为中国增速最快的细分领域。

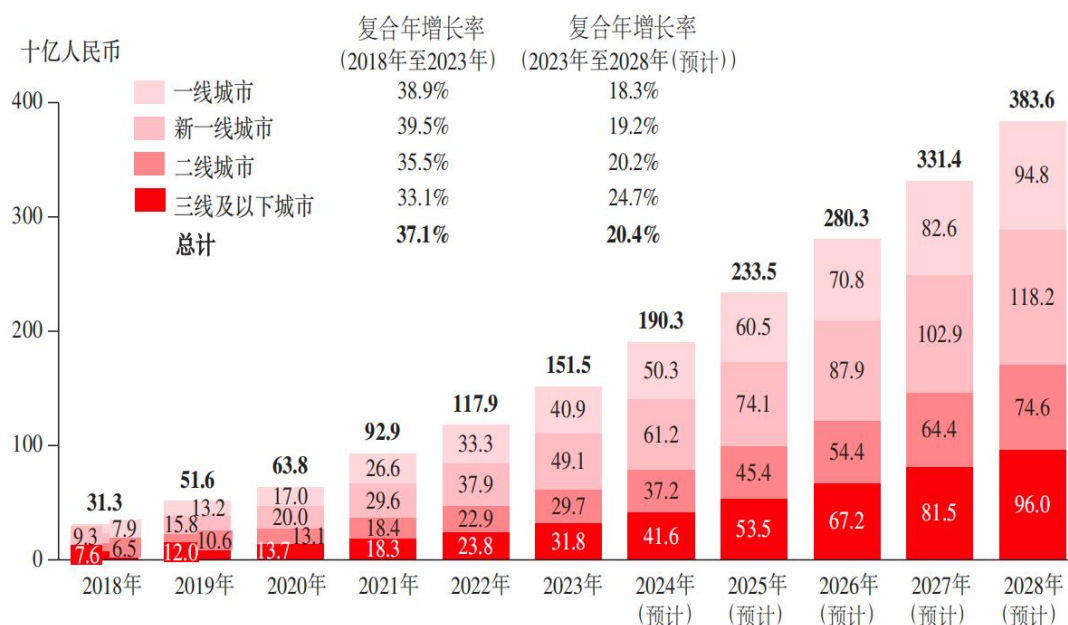
中国现制茶饮店市场以终端零售额计的市场规模， 按城市线级划分，2018年至2028年（预计）



资料来源: CIC 灼识、中国国家统计局、国际货币基金组织

现磨咖啡店主要售卖以现磨咖啡豆制作的饮品。随着城镇化水平提升、居民可支配收入增加，中国咖啡整体消费实现大幅增长。现磨咖啡消费人群渗透率将从2023年的9.4%提升至2028年的18.3%。截至2023年末，三线及以下城市的现磨咖啡门店约4万家；该区域市场商品交易总额预计将以24.7%的复合年增长率增长，2028年规模将接近千亿元人民币。其中，单价10元及以下的平价大众咖啡，有望充分抓住这片市场的发展机遇。

中国现磨咖啡店市场以终端零售额计的市场规模，
按城市线级划分，2018年至2028年（预计）



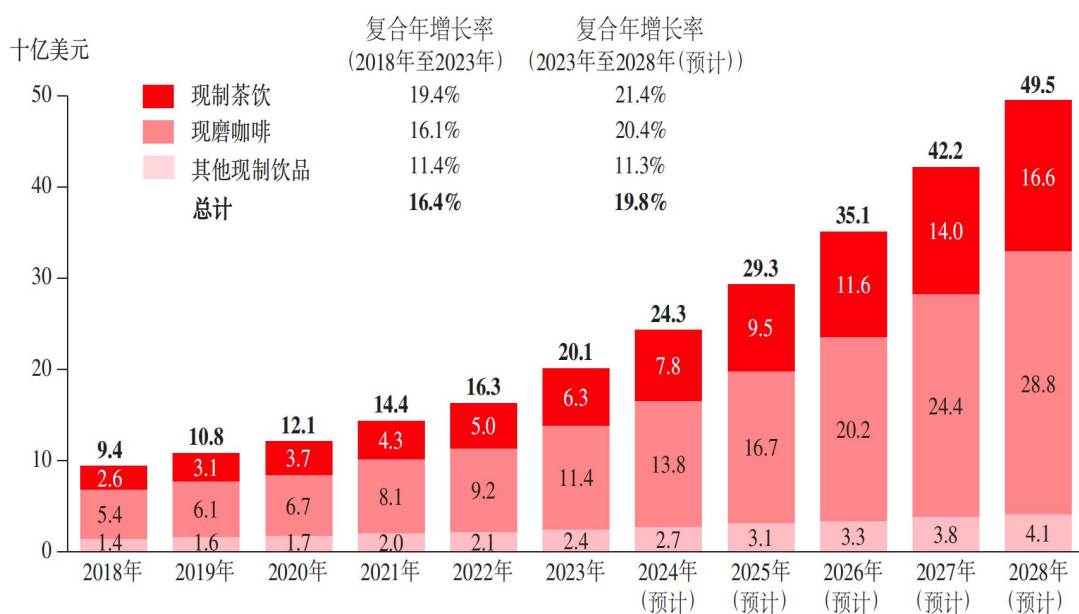
资料来源：CIC 灼识、中国国家统计局、国际货币基金组织

1.4 东南亚现制饮品市场

受性价比导向消费群体壮大、门店布局扩张、供应链体系持续完善，叠加区域经济发展与居民消费能力提升等因素推动，东南亚现制饮品市场发展势头迅猛。从商品交易总额来看，该市场规模预计将从 2023 年的 201 亿美元增长至 2028 年的 495 亿美元，复合年增长率达 19.8%，在全球主要市场中增速领跑。

2023 年，东南亚现制饮品年人均消费量仅 16 杯，远低于美国的 323 杯、欧盟及英国的 306 杯、日本的 172 杯。中长期内，当地经济与居民消费预计保持稳步增长，东南亚现制饮品行业仍有巨大的增量空间待挖掘。

东南亚现制饮品市场以终端零售额计的市场规模， 按品类划分，2018年至2028年（预计）



附注：其他现制饮品主要包括现制果饮、冰淇淋和酸奶。

资料来源：CIC 灼识、国际货币基金组织

2. 核心增长驱动因素与发展趋势

2.1 中国现制饮品市场的核心驱动因素与发展趋势

城镇化持续推进

中国的城镇化水平稳步提升，三线及以下城市发展势头显著，人口的持续集聚带动消费群体不断壮大，有效提振了现制饮品市场需求。与此同时，现制茶饮、现磨咖啡的市场渗透率逐步提高，进一步推动行业规模扩张。

消费频率提升

目前中国现制饮品人均消费量仍远低于海外成熟市场，行业增长潜力充足。依托高性价比大众产品的普及，现制饮品逐步融入大众日常生活，消费者消费频次持续上升，为市场长期发展提供有力支撑。

优质产品供给涌现

供应链升级、门店网络拓展、数字化运营落地、服务标准化建设以及研发实力增强，全面改善了产品品质与消费体验。其中，头部品牌凭借综合优势吸引并留存客源，带动了全行业良性发展。

连锁化率不断增长

连锁经营依托品牌、标准化管理、供应链及规模优势，显著提升经营效率与盈利水平。伴随茶饮、咖啡门店连锁化水平持续提升，大众消费赛道迎来发展窗口期，平价头部连锁品牌将率先把握机遇，实现稳步发展。

2.2 中国现制饮品市场关键成功要素

优质的供应链

全链路优质供应链是企业提质、降本的关键支撑。多元化供应商网络可实现优质原材料稳定供给，兼顾品质与成本；大型中央工厂统一把控食材品质，提升自给率与产品性价比；完善的物流体系保障配送高效及时。对于加盟型品牌，强大的供应链可向加盟商输出一站式解决方案，夯实产品标准化基础，为门店扩张提供有力保障。

强大的品牌声誉

密集的线下门店网络持续提升品牌曝光，助力企业抢占消费者心智，让头部品牌形成稳固的市场影响力。叠加 IP 运营、线上线下联动营销等玩法，品牌进一步强化大众认知。深厚的品牌积淀能与消费者建立长期情感纽带，实现新客增长、老客留存与复购提升。这类由品牌构筑的竞争优势，难以被同行模仿复制。

高效的门店网络管理

成熟的管理体系与专业团队，是规模化门店运营的基石。头部品牌对采购、物流、门店运营、人员培训、营销推广等全流程进行赋能，有效提升加盟门店运营效率与单店收益，驱动门店网络持续扩张。

先进的数字化水平

数字化已渗透至头部企业全业务链条。数字化工具实现供应链全环节精准管控，数字化系统则优化门店选址、全渠道营销及智慧门店运营，全方位提升管理效能

与运营水平。

全面的产品研发实力

食材技术与生产工艺的研发，筑牢标准化生产根基，保障产品品质稳定。灵活的产品迭代能力，可快速响应市场消费趋势，持续优化口感、丰富产品矩阵，满足多元化消费需求。

2.3 未来展望

展望未来，全球现制饮品市场将持续加速增长，其中新兴市场的增速大幅领先发达地区。受市场渗透率偏低、消费升级及渠道拓展等因素驱动，行业具备长期可持续增长潜力，大众消费赛道与下沉市场仍将是全球市场的核心增长引擎。

然而，想要入局中国市场的新玩家，需面对极高的结构性准入壁垒：头部品牌门店布局密集，占据各大黄金客流点位，且拥有强大的品牌认知度；成熟企业搭建了严格的品控体系，并实现了全流程运营标准化。除上述结构性壁垒外，行业内老牌企业与新晋参与者还共同面临长期挑战与潜在风险，从原料采购到门店运营，全产业链均存在食品安全与卫生合规隐患，同时原料、人力成本也正持续承压。

关于 CIC 灼识

CIC 灼识是一家专业咨询机构，围绕投融资全生命周期，提供定制化一站式全流程服务。公司在全球各大市场主导打造多个行业首创的标杆 IPO 项目，业绩稳居世界前列。同时在全类专业细分赛道中，拥有无可匹敌的资源触达能力与深度全覆盖研究实力。

CIC 灼识助力企业优化具备规模化潜力的商业模式，塑造极具说服力的资本市场价值叙事，畅通对接全球资本市场的路径。同时作为投资机构信赖的尽职调查合作伙伴，输出精细化行业研判视角，并直通各领域权威专家资源，助力客户精准锁定高价值机遇、有效规避核心重大风险。

CIC 灼识团队深耕金融服务、人工智能、大数据、互联网、高新技术、医疗健康、教育、文娱、消费品、交通运输物流、能源电力、环境与建筑科技、化工、工业制造、农业等多元领域，实时掌握深度一线市场动态，能够为客户独家输出贴合细分行业、可落地执行的专业洞察结论。

CIC 灼识报告 & 行业概览

CIC 灼识搭建了一套严谨的多元化研究框架，整合一手调研与二手资料，为所有分析研判筑牢根基。一手调研主要深度对接行业权威专家与一线从业者，重点深耕供应链金融领域。二手研究则汇总梳理各大权威机构的公开数据，数据来源包括：中华人民共和国国家统计局、国家金融监督管理总局（SAFR，原中国

银行业监督管理委员会)、中国证券监督管理委员会,以及上市公司公开披露文件。

我们运用自研专属数据分析体系对收集到的信息进行加工处理,并通过多渠道研究数据交叉比对验证研究结论,确保分析过程严谨、结果真实可靠。

本报告中展示的所有统计数据均可核验追溯,全部基于报告出具当日可获取的有效信息整理而成。

本篇内容摘编提炼自 CIC 灼识深度行业研究报告精华,聚焦各细分赛道的供需走势、核心增长驱动因素、研发创新趋势与行业未来发展前景等核心内容,同时融合专家访谈、市场实地调研、行业数据解析等多维度专业研判成果。

免责声明

本报告由 CIC 灼识依据截至出具当日可获取的信息编制。本报告仅作参考之用,内容不具备最终定论效力,亦不得被解读为确定性结论。

本报告所载全部内容,均不构成且不得视作投资建议、投资推荐,亦非开展任何投资活动的要约、招揽或劝导。

凡因使用或依赖本报告所载信息,直接或间接引发任何损失、损害及各类索赔诉求的,CIC 灼识特此明确免除一切相关责任。



CIC 灼识 | 全球现制饮品行业报告

联系我们

如需了解本报告更多详情，或咨询 CIC 灼识的各项专业服务，欢迎访问 [CIC 灼识官方网站](#)，亦可发送邮件至：marketing@cninsights.com。