

2023-2029年中国新式茶饮 行业发展趋势与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国新式茶饮行业发展趋势与投资方向研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202307/377358.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2023-2029年中国新式茶饮行业发展趋势与投资方向研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：新式茶饮行业综述及数据来源说明

1.1 现制茶饮行业界定

1.1.1 现制茶饮的界定

1.1.2 现制茶饮的分类

1.1.3 《国民经济行业分类与代码》中现制茶饮行业归属

1.2 新式茶饮行业界定

1.2.1 新式茶饮定义与分类

1.2.2 新式茶饮与传统茶饮区别

1.2.3 新式茶饮的分类

1.3 新式茶饮专业术语说明

1.4 本报告研究范围界定说明

1.5 本报告数据来源及统计标准说明

1.5.1 本报告权威数据来源

1.5.2 本报告研究方法及统计标准说明

第2章：中国新式茶饮行业宏观环境分析（PEST）

2.1 中国新式茶饮行业政策（Policy）环境分析

2.1.1 中国新式茶饮行业监管体系及机构介绍

（1）中国新式茶饮行业主管部门

（2）中国新式茶饮行业自律组织

2.1.2 中国新式茶饮行业标准体系建设现状（国家/地方/行业/团体/企业标准）

（1）中国新式茶饮标准体系建设

（2）中国新式茶饮现行标准汇总

- (3) 中国新式茶饮即将实施标准
- (4) 中国新式茶饮重点标准解读
- 2.1.3 国家层面新式茶饮行业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类）
- 2.1.4 31省市新式茶饮行业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类）
 - (1) 31省市新式茶饮行业政策规划汇总
 - (2) 31省市新式茶饮行业发展目标解读
- 2.1.5 国家重点规划/政策对新式茶饮行业发展的影响
- 2.1.6 政策环境对新式茶饮行业发展的影响总结
- 2.2 中国新式茶饮行业经济（Economy）环境分析
 - 2.2.1 中国宏观经济发展现状
 - 2.2.2 中国宏观经济发展展望
 - 2.2.3 中国新式茶饮行业发展与宏观经济相关性分析
- 2.3 中国新式茶饮行业社会（Society）环境分析
 - 2.3.1 中国新式茶饮行业社会环境分析
 - (1) 人口规模
 - (2) 人口结构
 - (3) 城镇化水平
 - 2.3.2 消费升级趋势分析及对新式茶饮的影响
 - 2.3.3 社会环境对新式茶饮行业发展的影响总结
- 2.4 中国新式茶饮行业技术（Technology）环境分析
 - 2.4.1 新式茶饮研发状况及影响分析
 - 2.4.2 新一代信息技术发展对新式茶饮的影响分析
 - 2.4.3 数字营销对新式茶饮的影响分析

第3章：中国新式茶饮行业市场供需状况及发展痛点分析

- 3.1 中国新式茶饮行业发展历程
- 3.2 中国新式茶饮行业市场特性
- 3.3 中国新式茶饮行业企业市场类型及入场方式
 - 3.3.1 中国新式茶饮行业市场主体类型（投资/经营/服务/中介主体）
 - 3.3.2 中国新式茶饮行业企业入场方式（自建/并购/战略合作等）
- 3.4 中国新式茶饮门店数量
 - 3.4.1 中国现制茶饮门店数量

- 3.4.2 中国新式茶饮门店数量
- 3.4.3 新式茶饮头部品牌门店数量
- 3.5 中国新式茶饮门店区域分布
- 3.6 中国新式茶饮市场需求现状
- 3.7 中国新式茶饮市场需求特征分析
 - 3.7.1 中国新式茶饮产品核心诉求分布（有何用？能解决哪些问题？）
 - 3.7.2 中国新式茶饮产品应用群体分布（谁在用？适用于哪些人群？）
- 3.8 中国新式茶饮行业消费价格分析
- 3.9 中国新式茶饮行业市场规模体量测算
- 3.10 中国新式茶饮行业痛点分析
 - 3.10.1 新式茶饮行业存在的痛点分析
 - 3.10.2 新式茶饮行业痛点解决路径分析

第4章：中国新式茶饮行业市场竞争状况及融资并购分析

- 4.1 中国新式茶饮行业市场竞争布局状况
 - 4.1.1 中国新式茶饮行业竞争者入场进程
 - 4.1.2 中国新式茶饮行业竞争者省市分布热力图
 - 4.1.3 中国新式茶饮行业竞争者战略布局状况
- 4.2 中国新式茶饮行业市场竞争格局
 - 4.2.1 中国新式茶饮行业企业竞争集群分布
 - 4.2.2 中国新式茶饮行业企业竞争格局分析
- 4.3 中国新式茶饮行业市场集中度分析
- 4.4 中国新式茶饮行业波特五力模型分析
 - 4.4.1 中国新式茶饮行业供应商的议价能力
 - 4.4.2 中国新式茶饮行业消费者的议价能力
 - 4.4.3 中国新式茶饮行业新进入者威胁
 - 4.4.4 中国新式茶饮行业替代品威胁
 - 4.4.5 中国新式茶饮行业现有企业竞争
 - 4.4.6 中国新式茶饮行业竞争状态总结
- 4.5 中国新式茶饮行业投融资、兼并与重组状况
 - 4.5.1 中国新式茶饮行业投融资发展状况
 - 4.5.2 中国新式茶饮行业兼并与重组状况

第5章：中国新式茶饮产业链全景梳理及配套产业分析

5.1 中国新式茶饮产业结构属性（产业链）分析

5.1.1 中国新式茶饮产业链结构梳理

5.1.2 中国新式茶饮产业链生态图谱

5.1.3 中国新式茶饮产业链区域热力图

5.2 中国新式茶饮产业价值属性（价值链）分析

5.2.1 中国新式茶饮行业成本结构分析

5.2.2 中国新式茶饮价格传导机制分析

5.2.3 中国新式茶饮行业价值链分析

5.3 中国新式茶饮原材料市场分析

5.3.1 中国新式茶饮原材料类型

5.3.2 中国新式茶饮原材料市场现状

（1）水果

（2）乳制品

（3）茶叶

5.3.3 中国新式茶饮原材料发展趋势

5.4 中国新式茶饮加工设备市场分析

5.4.1 中国新式茶饮加工设备类型

5.4.2 中国新式茶饮加工设备市场现状

5.4.3 中国新式茶饮加工设备发展趋势

5.5 配套产业布局对新式茶饮行业发展的影响总结

第6章：中国新式茶饮行业细分市场分析

6.1 中国新式茶饮行业细分市场结构

6.2 新式茶饮细分——水果茶市场分析

6.2.1 网红水果茶特征分析

6.2.2 网红水果茶种类分析

6.2.3 网红水果茶竞争格局

6.2.4 网红水果茶市场价格

6.2.5 网红水果茶市场前景

6.3 新式茶饮细分——芝士奶盖茶市场分析

- 6.3.1 芝士奶盖茶特征分析
- 6.3.2 芝士奶盖茶种类分析
- 6.3.3 芝士奶盖茶竞争格局
- 6.3.4 芝士奶盖茶市场价格
- 6.3.5 芝士奶盖茶市场前景
- 6.4 新式茶饮细分——新式珍珠奶茶市场分析
 - 6.4.1 新式珍珠奶茶特征分析
 - 6.4.2 新式珍珠奶茶种类分析
 - 6.4.3 新式珍珠奶茶竞争格局
 - 6.4.4 新式珍珠奶茶市场价格
 - 6.4.5 新式珍珠奶茶市场前景
- 6.5 新式茶饮其他热门产品市场概况
- 6.6 中国新式茶饮行业细分市场战略地位分析

第7章：中国新式茶饮行业商业模式分析

- 7.1 新式茶饮行业商业模式画布分析
 - 7.1.1 新式茶饮行业客户定位
 - (1) 客户地区分布
 - (2) 客户收入水平
 - (3) 客户定位分析
 - 7.1.2 新式茶饮行业价值主张分析
 - 7.1.3 新式茶饮行业关键活动分析
 - 7.1.4 新式茶饮行业渠道通路分析
 - 7.1.5 新式茶饮行业客户关系分析
 - (1) 客户消费频次分析
 - (2) 客户价格偏好分析
 - (3) 客户品牌忠诚度分析
 - 7.1.6 新式茶饮行业重要资源分析
 - 7.1.7 新式茶饮行业合作伙伴分析
 - (1) 原料供应商分析
 - (2) 渠道供应商分析
 - (3) 营销媒体合作方分析

(4) 跨界品牌合作商分析

7.1.8 新式茶饮行业成本分析

7.1.9 新式茶饮行业收入来源分析

7.2 新式茶饮行业商业模式分析

7.2.1 快时尚连锁商业模式分析

7.2.2 加盟代理商业模式分析

7.2.3 餐饮副线商业模式分析

7.3 新式茶饮行业商业模式创新分析

7.3.1 新式茶饮行业商业模式关键因素

7.3.2 新式茶饮行业商业模式创新分析

(1) 供应链管理创新分析

(2) 创新产品组合提高坪效

第8章：中国新式茶饮消费场景及销售模式

8.1 中国新式茶饮行业需求调研分析

8.1.1 中国新式茶饮客户性别结构

8.1.2 中国新式茶饮客户年龄结构

8.1.3 中国新式茶饮人均消费金额

8.1.4 中国新式茶饮客户需求频率

8.2 中国新式茶饮消费行为特征总结

8.3 中国新式茶饮行业消费场景分析

8.4 中国新式茶饮行业品牌销售模式分析

8.4.1 新式茶饮行业品牌线上销售模式

8.4.2 新式茶饮行业品牌线下销售模式

8.4.3 新式茶饮行业主要品牌销售模式分析

8.5 中国新式茶饮行业营销渠道与营销策略分析

8.5.1 中国新式茶饮行业营销模式分析

8.5.2 中国新式茶饮行业营销渠道分析

8.5.3 中国新式茶饮行业营销策略分析

(1) 产品营销策略

(2) 渠道营销策略

(3) 饥饿营销策略

(4) 品牌升级策略

8.6 新式茶饮行业中的互联网思维运营战略

8.6.1 新式茶饮互联网思维运营战略分析

- (1) 供应链数字化管理
- (2) 打造网红爆款产品
- (3) 新零售提升体验和数据化能力

8.6.2 新式茶饮互联网思维运营案例分析

- (1) 供应链管理
- (2) 产品运营及营销管理
- (3) 新零售布局

8.6.3 新式茶饮互联网思维创新案例分析

- (1) 打造茶饮文创品牌
- (2) 打造有情怀的IP灵魂
- (3) 花式营销加强互动

8.7 中国新式茶饮行业精细化运营策略分析

8.7.1 新式茶饮行业颜值吸引策略分析

8.7.2 新式茶饮行业内容吸引策略分析

8.7.3 新式茶饮行业场景营销策略分析

第9章：中国新式茶饮行业代表性企业布局案例研究

9.1 中国新式茶饮代表性企业布局梳理及对比

9.2 中国新式茶饮领先企业案例分析

9.2.1 喜茶

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业商业模式分析
- (4) 企业市场渠道与网络
- (5) 企业融资情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业发展前景与挑战

9.2.2 奈雪的茶

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业商业模式分析
- (4) 企业市场渠道与网络
- (5) 企业融资情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业发展前景与挑战

9.2.3 因味茶

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业商业模式分析
- (4) 企业市场渠道与网络
- (5) 企业融资情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析

9.2.4 茶煮

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业商业模式分析
- (4) 企业市场渠道与网络
- (5) 企业融资情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析

9.2.5 煮叶

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业商业模式分析
- (4) 企业市场渠道与网络
- (5) 企业融资情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析

9.2.6 乐乐茶

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业商业模式分析
- (4) 企业市场渠道与网络

- (5) 企业融资情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析

9.2.7 茶颜悦色

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业商业模式分析
- (4) 企业市场渠道与网络
- (5) 企业融资情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析

9.3 国内传统茶饮领先企业案例分析

9.3.1 Coco都可奶茶

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业商业模式分析
- (4) 企业市场渠道与网络
- (5) 企业发展优劣势分析

9.3.2 一点点

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业商业模式分析
- (4) 企业市场渠道与网络
- (5) 企业发展优劣势分析

9.3.3 四云奶盖贡茶

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业商业模式分析
- (4) 企业市场渠道与网络
- (5) 企业发展优劣势分析

第10章：中国新式茶饮行业市场前景预测及发展趋势预判

10.1 中国新式茶饮行业SWOT分析

10.2 中国新式茶饮行业发展潜力评估

10.3 中国新式茶饮行业发展前景预测（未来5年数据预测）

10.4 中国新式茶饮行业发展趋势预判

第11章：中国新式茶饮行业投资战略规划策略及建议

11.1 中国新式茶饮行业进入与退出壁垒

11.1.1 新式茶饮行业进入壁垒分析

11.1.2 新式茶饮行业退出壁垒分析

11.2 中国新式茶饮行业投资风险预警

11.3 中国新式茶饮行业投资价值评估

11.4 中国新式茶饮行业投资机会分析

11.4.1 新式茶饮行业产业链薄弱环节投资机会

11.4.2 新式茶饮行业细分领域投资机会

11.4.3 新式茶饮行业区域市场投资机会

11.4.4 新式茶饮产业空白点投资机会

11.5 中国新式茶饮行业投资策略与建议

11.6 中国新式茶饮行业可持续发展建议

图表目录

图表1：《国民经济行业分类与代码》中现制茶饮行业归属

图表2：新式茶饮产品分类

图表3：新式茶饮与传统茶饮区别

图表4：新式茶饮的特点

图表5：新式茶饮的分类

图表6：新式茶饮专业术语说明

图表7：本报告研究范围界定

图表8：本报告权威数据资料来源汇总

图表9：本报告的主要研究方法及统计标准说明

图表10：中国新式茶饮行业监管体系

图表11：中国新式茶饮行业主管部门

图表12：中国新式茶饮行业自律组织

图表13：中国新式茶饮标准体系建设

图表14：中国新式茶饮现行标准汇总

图表15：中国新式茶饮即将实施标准

图表16：中国新式茶饮重点标准解读

图表17：截至2022年中国新式茶饮行业发展政策汇总

图表18：截至2022年中国新式茶饮行业发展规划汇总

图表19：国家“十四五”规划对新式茶饮行业的影响分析

图表20：政策环境对新式茶饮行业发展的影响总结

图表21：中国宏观经济发展现状

图表22：中国宏观经济发展展望

图表23：中国新式茶饮行业发展与宏观经济相关性分析

图表24：中国新式茶饮行业社会环境分析

图表25：2013-2020年Q1中国居民人均可支配收入情况（单位：元）

图表26：2013-2020年Q1中国居民人均消费支出情况（单位：元）

图表27：中国品质人群消费观认同情况（单位：%）

图表28：传统奶茶店与新式茶饮店装修对比

图表29：社会环境对新式茶饮行业发展的影响总结

图表30：新式茶饮代表品牌研发情况

图表31：中国新式茶饮行业发展历程

图表32：中国现制茶饮行业市场发展历程

图表33：2016-2020年中国现制茶饮门店数量增长情况统计（单位：万家）

图表34：2018-2020年部分新式茶饮品牌门店变化情况（单位：家）

图表35：截至2020年6月喜茶、奈雪门店分布情况（单位：家，%）

图表36：中国各省市新式茶饮门店热力分布图

图表37：中国新式茶饮行业市场饱和度分析

图表38：中国新式茶饮行业市场需求状况

图表39：2016-2020年中国现制茶饮消费量（单位：亿杯）

图表40：新式茶饮行业市场定位分析

图表41：主要新式茶饮产品价格（单位：元）

图表42：中国新式茶饮行业市场规模体量测算

图表43：2016-2020年中国现制茶饮市场规模测算（单位：万家、杯、元、亿元）

图表44：2016-2020年中国现制茶饮市场规模（单位：亿元）

图表45：2019年中国现制茶饮市场结构（单位：%）

图表46：新式茶饮行业发展痛点分析

图表47：新式茶饮行业痛点解决路径分析

图表48：中国新式茶饮行业竞争者入场进程

图表49：中国新式茶饮行业竞争者区域分布热力图

图表50：中国新式茶饮行业竞争者发展战略布局状况

图表51：中国新式茶饮行业企业战略集群状况

图表52：中国新式茶饮行业企业竞争格局分析

图表53：新式茶饮行业竞争特点

图表54：新式茶饮头部品牌关注度排行

图表55：截至2020年6月部分新式茶饮店门店数量（单位：家）

图表56：主要现制茶饮品牌主营产品对比

图表57：新式茶饮行业竞争层次

图表58：中国新式茶饮行业市场集中度分析

图表59：中国新式茶饮行业供应商的议价能力

图表60：中国新式茶饮行业消费者的议价能力

图表61：中国新式茶饮行业新进入者威胁

图表62：中国新式茶饮行业替代品威胁

图表63：中国新式茶饮行业现有企业竞争

图表64：中国新式茶饮行业竞争状态总结

图表65：中国新式茶饮行业资金来源

图表66：中国新式茶饮行业投融资主体

图表67：中国新式茶饮行业投融资事件汇总

图表68：中国新式茶饮行业投融资规模

图表69：中国新式茶饮行业兼并与重组事件汇总

图表70：中国新式茶饮行业兼并与重组动因分析

图表71：中国新式茶饮行业兼并与重组案例分析

图表72：中国新式茶饮行业兼并与重组趋势预判

图表73：中国新式茶饮产业链结构

图表74：新式茶饮行业产业链

图表75：中国新式茶饮产业链生态图谱

图表76：中国新式茶饮产业链区域热力图

图表77：中国新式茶饮行业成本结构分析

图表78：某头部品牌茶饮店运营成本

图表79：某头部品牌茶饮店食材成本

图表80：某头部品牌茶饮每杯茶饮成本构成（单位：%）

图表81：中国新式茶饮行业价值链分析

图表82：2012-2019年中国茶叶产量（单位：万吨，%）

图表83：中国新式茶饮行业细分市场结构

图表84：喜茶水果茶示意图

图表85：主要网红水果茶分类（单位：元）

图表86：参与评测网红水果茶主要指标对比（单位：g，块）

图表87：消费者新式茶饮种类偏好（单位：%）

图表88：芝士奶盖茶示意图

图表89：芝士奶盖茶种类举例（单位：元）

图表90：新式芝士奶盖茶及传统奶盖茶主要品牌

图表91：喜茶黑糖珍珠鲜奶特点

图表92：新式珍珠奶茶种类举例（单位：元）

图表93：新式珍珠奶茶及传统珍珠奶茶主要品牌

图表94：中国新式茶饮行业细分市场战略地位分析

图表95：2019年新式茶饮消费者地区分布（单位：%）

图表96：2019年新式茶饮消费者每月可支配收入分布（单位：%）

图表97：现制茶饮行业客户定位分析

图表98：新式茶饮行业价值主张分析

图表99：新式茶饮行业关键活动分析

图表100：新式茶饮行业渠道通路分析

图表101：2019年新式茶饮消费者月均消费数量分布（单位：%）

图表102：2019年新式茶饮消费者月均购茶频率分布（单位：%）

图表103：2019年新式茶饮消费者单品价格偏好占比（单位：%）

图表104：2019年新式茶饮消费者月均消费额分布（单位：%）

图表105：2019年新式茶饮消费者品牌忠诚度情况（单位：%）

图表106：2019年现制茶饮各品牌顾客满意度排名（单位：%）

图表107：2019年现制茶饮消费者品牌喜爱度情况（单位：%）

图表108：新式茶饮行业重要资源分析

图表109：新式茶饮行业原料供应商分析

图表110：新式茶饮行业渠道供应商分析

图表111：新式茶饮行业营销媒体合作方分析

图表112：2017-2019年头部新式茶饮品牌跨界合作情况

图表113：新式茶饮行业成本分析

图表114：2020年中国现制茶饮加盟品牌加盟费用区间（单位：万元）

图表115：新式茶饮行业快时尚连锁商业模式特点分析

图表116：2019年中国新式茶饮快时尚连锁商业模式代表性品牌情况（单位：元/杯）

图表117：现制茶饮行业加盟代理商业模式特点分析

图表118：2019年中国现制茶饮行业加盟代理商业模式代表性品牌情况（单位：元/杯）

图表119：新式茶饮行业餐饮副线商业模式特点分析

图表120：新式茶饮行业商业模式关键因素分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202307/377358.html>