

2021-2027年中国新式茶饮行业市场经营管理及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国新式茶饮行业市场经营管理及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202012/920013.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

新式茶饮上游以茶叶、奶制品、水果、糖、包装产品等原材料供应商为主。下游经过门店、电商平台、微商城、小程序和外卖等销售渠道，最终流入消费者。

新式茶饮产业链结构

资料来源：智研咨询整理

智研咨询发布的《2021-2027年中国新式茶饮行业市场经营管理及投资前景预测报告》共八章。首先介绍了新式茶饮行业市场发展环境、新式茶饮整体运行态势等，接着分析了新式茶饮行业市场运行的现状，然后介绍了新式茶饮市场竞争格局。随后，报告对新式茶饮做了重点企业经营状况分析，最后分析了新式茶饮行业发展趋势与投资预测。您若想对新式茶饮产业有个系统的了解或者想投资新式茶饮行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第1章：中国新式茶饮行业发展综述

1.1 新式茶饮行业概述

1.1.1 新式茶饮定义与分类

1.1.2 新式茶饮与传统茶饮区别

1.1.3 新式茶饮的区域格局

1.2 新式茶饮行业发展背景分析

1.2.1 消费升级，传统奶茶引发消费疲劳

1.2.2 时尚与健康诉求引爆新式茶饮

1.2.3 奶茶产品持续创新，口感优化

1.3 新式茶饮行业发展机遇与威胁分析

第2章：中国新式茶饮行业发展状况分析

2.1 中国新式茶饮行业发展概况分析

2.1.1 中国新式茶饮行业发展历程分析

2.1.2 中国新式茶饮行业状态描述总结

(1) 新式茶饮头部品牌门店快速扩张

(2) 网红奶茶店异军突起，受资本市场青睐

(3) 一线城市仍为企业布局重点

2.1.3 中国新式茶饮行业经济特性分析

2.1.4 中国新式茶饮行业发展特点分析

2.2 中国新式茶饮行业发展现状分析

自2016年起，国内新式茶饮进入快速发展期，随着消费观念的升级，以及对健康追求的提升，以粉末冲调的初代奶茶逐渐被市场淘汰，新式茶饮市场规模迅速扩大。2020年中国新式茶饮市场规模约为727亿元。

2015-2020年新式茶饮行业市场规模

资料来源：智研咨询整理

2.2.1 中国新式茶饮行业市场定位分析

2.2.2 中国新式茶饮行业门店数量分析

2.2.3 中国新式茶饮行业需求情况分析

（1）新式茶饮消费量

（2）新式茶饮市场规模

2.2.4 中国新式茶饮所属行业盈利水平分析

2.2.5 中国新式茶饮所属行业消费价格分析

2.3 中国新式茶饮行业需求调研分析

2.3.1 中国新式茶饮客户性别结构

2.3.2 中国新式茶饮客户年龄结构

2.3.3 中国新式茶饮人均消费金额

2.3.4 中国新式茶饮客户需求频率

2.4 中国新式茶饮行业市场竞争分析

2.4.1 中国新式茶饮行业竞争格局分析

（1）行业竞争层次分析

（2）行业竞争格局分析

2.4.2 中国新式茶饮行业五力模型分析

（1）行业现有竞争者分析

（2）行业潜在进入者威胁

（3）行业替代品威胁分析

（4）行业供应商议价能力分析

（5）行业购买者议价能力分析

（6）行业竞争情况总结

2.5 中国新式茶饮行业产业链分析

2.5.1 中国新式茶饮行业产业链介绍

2.5.2 中国新式茶饮行业上游市场分析

2.5.3 中国新式茶饮行业下游市场分析

2.6 中国新式茶饮行业痛点分析

2.6.1 新式茶饮行业存在的痛点分析

2.6.2 新式茶饮行业痛点解决路径分析

第3章：中国新式茶饮行业细分产品分析

3.1 水果茶市场分析

3.1.1 网红水果茶特征分析

3.1.2 网红水果茶种类分析

3.1.3 网红水果茶竞争格局

3.1.4 网红水果茶市场价格

3.1.5 网红水果茶市场前景

3.2 芝士奶盖茶市场分析

3.2.1 芝士奶盖茶特征分析

3.2.2 芝士奶盖茶种类分析

3.2.3 芝士奶盖茶竞争格局

3.2.4 芝士奶盖茶市场价格

3.2.5 芝士奶盖茶市场前景

3.3 新式珍珠奶茶市场分析

3.3.1 新式珍珠奶茶特征分析

3.3.2 新式珍珠奶茶种类分析

3.3.3 新式珍珠奶茶竞争格局

3.3.4 新式珍珠奶茶市场价格

3.3.5 新式珍珠奶茶市场前景

第4章：中国新式茶饮行业商业模式分析

4.1 新式茶饮行业商业模式画布分析

4.1.1 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

4.1.2 新式茶饮行业价值主张分析

4.1.3 新式茶饮行业关键活动分析

4.1.4 新式茶饮行业渠道通路分析

4.1.5 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

4.1.6 新式茶饮行业重要资源分析

4.1.7 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
- 4.1.8 新式茶饮行业成本分析
- 4.1.9 新式茶饮行业收入来源分析
- 4.2 新式茶饮行业商业模式分析
 - 4.2.1 快时尚连锁商业模式分析
 - 4.2.2 加盟代理商业模式分析
 - 4.2.3 餐饮副线商业模式分析
- 4.3 新式茶饮行业商业模式创新分析
 - 4.3.1 新式茶饮行业商业模式关键因素
 - 4.3.2 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5章：中国新式茶饮行业精细化运营策略分析
 - 5.1 新式茶饮行业中的互联网思维运营战略
 - 5.1.1 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
 - 5.1.2 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
 - 5.1.3 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
 - 5.2 中国新式茶饮行业品牌销售模式分析
 - 5.2.1 新式茶饮行业品牌线上销售模式
 - 5.2.2 新式茶饮行业品牌线下销售模式
 - 5.2.3 新式茶饮行业主要品牌销售模式分析
 - 5.3 中国新式茶饮行业营销渠道与营销策略分析
 - 5.3.1 中国新式茶饮行业营销模式分析

- 5.3.2 中国新式茶饮行业营销渠道分析
- 5.3.3 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
- 5.4 中国新式茶饮行业精细化运营策略分析
 - 5.4.1 新式茶饮行业颜值吸引策略分析
 - 5.4.2 新式茶饮行业内容吸引策略分析
 - 5.4.3 新式茶饮行业场景营销策略分析
- 第6章：重点城市新式茶饮需求前景分析
 - 6.1 新式茶饮区域需求格局分析
 - 6.2 上海市新式茶饮行业需求前景分析
 - 6.2.1 上海市新式茶饮行业需求背景分析
 - (1) 城市经济实力分析
 - (2) 居民收入水平分析
 - (3) 城市人口规模分析
 - (4) 城市CBD发展分析
 - 6.2.2 上海市新式茶饮行业发展现状分析
 - 6.2.3 上海市新式茶饮行业竞争格局分析
 - 6.2.4 上海市新式茶饮行业市场前景分析
 - 6.3 北京市新式茶饮行业需求前景分析
 - 6.3.1 北京市新式茶饮行业需求背景分析
 - (1) 城市经济实力分析
 - (2) 居民收入水平分析
 - (3) 城市人口规模分析
 - (4) 城市CBD发展分析
 - 6.3.2 北京市新式茶饮行业发展现状分析
 - 6.3.3 北京市新式茶饮行业竞争格局分析
 - 6.3.4 北京市新式茶饮行业市场前景分析
 - 6.4 杭州市新式茶饮行业需求前景分析
 - 6.4.1 杭州市新式茶饮行业需求背景分析
 - (1) 城市经济实力分析
 - (2) 居民收入水平分析
 - (3) 城市人口规模分析

- (4) 城市CBD发展分析
 - 6.4.2 杭州市新式茶饮行业发展现状分析
 - 6.4.3 杭州市新式茶饮行业竞争格局分析
 - 6.4.4 杭州市新式茶饮行业市场前景分析
 - 6.5 深圳市新式茶饮行业需求前景分析
 - 6.5.1 深圳市新式茶饮行业需求背景分析
 - (1) 城市经济实力分析
 - (2) 居民收入水平分析
 - (3) 城市人口规模分析
 - (4) 城市CBD发展分析
 - 6.5.2 深圳市新式茶饮行业发展现状分析
 - 6.5.3 深圳市新式茶饮行业竞争格局分析
 - 6.5.4 深圳市新式茶饮行业市场前景分析
 - 6.6 长沙市新式茶饮行业需求前景分析
 - 6.6.1 长沙市新式茶饮行业需求背景分析
 - (1) 城市经济实力分析
 - (2) 居民收入水平分析
 - (3) 城市人口规模分析
 - (4) 城市CBD发展分析
 - 6.6.2 长沙市新式茶饮行业发展现状分析
 - 6.6.3 长沙市新式茶饮行业竞争格局分析
 - 6.6.4 长沙市新式茶饮行业市场前景分析
- 第7章：中国新式茶饮领先企业案例分析
- 7.1 现制茶饮行业企业发展总况
 - 7.2 国内新式茶饮领先企业案例分析
 - 7.2.1 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
 - 7.2.2 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

7.2.3 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

7.2.4 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

7.2.5 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

7.2.6 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

7.2.7 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

7.3 国内传统茶饮领先企业案例分析

7.3.1 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

7.3.2 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

7.3.3 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8章：新式茶饮行业前景预测与投资建议

8.1 新式茶饮行业发展趋势与前景预测

8.1.1 行业发展因素分析

- (1) 人均收入和支出稳步增长
- (2) 体验式消费为新式茶饮带来机遇
- (3) 新式茶饮的定位符合健康诉求

8.1.2 行业发展趋势预测

- (1) 茶饮+配餐的发展模式
- (2) 产品目标人群定位的扩展
- (3) 未来消费者将更偏向小杯量装
- (4) 自动化生产，数字化运营

8.1.3 行业发展前景预测

8.2 新式茶饮行业投资现状与风险分析

8.2.1 行业投资现状分析

8.2.2 行业进入壁垒分析

8.2.3 行业经营模式分析

8.2.4 行业投资风险预警

(1) 政策风险

(2) 竞争风险

(3) 运营成本上升风险

8.3 新式茶饮行业投资机会与热点分析

8.3.1 行业投资价值分析

8.3.2 行业投资机会分析

(1) 产业链投资机会分析

(2) 重点区域投资机会分析

(3) 细分市场投资机会分析

(4) 产业空白点投资机会

8.3.3 行业投资热点分析

8.4 新式茶饮行业发展战略与规划分析

8.4.1 新式茶饮行业发展战略研究分析

(1) 原料：健康+独家/定制，设立壁垒

(2) 产品：研发和技术保障好喝和一致性

(3) 品牌营销：网红+饥饿营销，激发消费者自传播

8.4.2 中国新式茶饮行业发展建议分析

(1) 打造“第三空间”

(2) 大数据提升供应链管理和客户黏度

(3) 选择绿色健康原料

(4) 加快实现自动化、智能化设备支持

部分图表目录：

图表1：新式茶饮产品分类

图表2：新式茶饮与传统茶饮区别

图表3：新式茶饮的特点

图表4：2020年喜茶、奈雪门店分布情况（单位：家，%）

图表5：2016-2020年Q1中国居民人均可支配收入情况（单位：元）

图表6：2016-2020年Q1中国居民人均消费支出情况（单位：元）

图表7：中国品质人群消费观认同情况（单位：%）

图表8：传统奶茶店与新式茶饮店装修对比

图表9：新式茶饮代表品牌研发情况

图表10：中国新式茶饮行业发展机遇与威胁分析

图表11：中国现制茶饮行业市场发展历程

图表12：2016-2020年部分新式茶饮品牌门店变化情况（单位：家）

图表13：中国各省市新式茶饮门店热力分布图

图表14：新式茶饮行业经济特性

图表15：中国新式茶饮行业发展特点

图表16：新式茶饮行业市场定位分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202012/920013.html>