

# 2022-2028年中国新式茶饮行业市场发展规划及未来趋势预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国新式茶饮行业市场发展规模及未来趋势预测报告》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/1107199.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

智研咨询发布的《2022-2028年中国新式茶饮行业市场发展规模及未来趋势预测报告》共十四章。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：

### 第一章 新式茶饮概况

#### 1.1 新式茶饮相关概念

##### 1.1.1 新式茶饮的内涵

##### 1.1.2 新式茶饮的定义

##### 1.1.3 新式茶饮的阶段

##### 1.1.4 新式茶饮的特征

##### 1.1.5 新式茶饮的制作

#### 1.2 新式茶饮的产业链

##### 1.2.1 产业链结构

##### 1.2.2 上游分析

##### 1.2.3 中游分析

##### 1.2.4 下游分析

#### 1.3 新式茶饮代表企业

##### 1.3.1 喜茶

##### 1.3.2 CoCo

##### 1.3.3 一点点

##### 1.3.4 乐乐茶

##### 1.3.5 奈雪の茶

##### 1.3.6 茶颜悦色

##### 1.3.7 蜜雪冰城

## 第二章 2017-2021年全球新式茶饮市场运行情况分析

### 2.1 全球茶叶市场发展分析

#### 2.1.1 全球茶叶市场规模

#### 2.1.2 全球茶叶类型分布

#### 2.1.3 全球茶叶包装市场

#### 2.1.1 产业市场发展机遇

### 2.2 全球新式茶饮市场发展

#### 2.2.1 新式茶饮市场规模分析

#### 2.2.2 新式奶茶茶底占比分析

#### 2.2.3 新式奶茶风味市场分析

#### 2.2.4 新式奶茶组成成分分析

#### 2.2.5 新式奶茶地区分布情况

### 2.3 不同地区新式茶饮市场

#### 2.3.1 日本

#### 2.3.2 美国

#### 2.3.3 韩国

#### 2.3.4 英国

## 第三章 2017-2021年中国新式茶饮市场发展环境分析

### 1.1 经济环境分析

#### 3.1.1 宏观经济分析

##### 1.1.1 对外经济分析

##### 1.1.2 工业运行情况

##### 1.1.3 宏观经济展望

### 1.2 社会环境分析

#### 3.1.2 居民收入水平

##### 3.1.1 居民消费水平

##### 3.1.1 社会消费规模

##### 1.2.1 人口发展规模

### 3.2 政策环境

#### 3.2.1 国家层面限制性要求

#### 3.2.2 地方层面限制性要求

#### 3.2.3 新式茶饮行业性标准

#### 3.2.4 市场解决相关的方案

## 第四章 2017-2021年中国茶饮相关市场运行情况分析

### 4.1 茶叶市场发展分析

#### 4.1.1 茶叶市场政策环境

#### 4.1.2 茶叶市场消费人群

#### 4.1.3 全国茶叶消费产量

#### 4.1.4 全国茶叶消费规模

#### 4.1.5 新式茶饮茶叶市场

### 4.2 茶饮市场发展分析

#### 4.2.1 茶饮行业市场规模

#### 4.2.2 茶叶行业消费偏好

#### 4.2.3 茶饮市场消费渠道

#### 4.2.4 茶饮市场未来创新

#### 4.2.5 茶饮市场未来趋势

### 4.3 咖啡市场发展分析

#### 4.3.1 咖啡行业发展历程

#### 4.3.2 咖啡行业发展现状

#### 4.3.3 现磨咖啡市场发展

#### 4.3.4 咖啡行业消费市场

#### 4.3.5 咖啡行业规模预测

### 4.4 现制茶饮市场发展

#### 4.4.1 现制茶饮发展历程

#### 4.4.2 现制茶饮消费规模

#### 4.4.3 现制茶饮细分占比

#### 4.4.4 即时冲泡类茶市场

#### 4.4.5 现制茶饮市场竞争

## 第五章 2017-2021年中国新式茶饮市场运行情况分析

### 5.1 新式茶饮市场概述

#### 5.1.1 新式茶饮品牌发展

#### 5.1.2 新式茶饮特点分析

#### 5.1.3 品牌不同模式分析

### 5.2 新式茶饮市场发展现状分析

#### 5.2.1 新式茶饮发展现状

#### 5.2.2 新式茶饮市场规模

#### 5.2.3 新式茶饮门店规模

- 5.2.4 新式茶饮竞争格局
- 5.2.5 新式茶饮市场分布
- 5.2.6 新式茶饮市场需求
- 5.2.7 新式茶饮发展问题
- 5.2.8 新式茶饮发展对策
- 5.3 低端茶饮市场发展现状分析
  - 5.3.1 低端市场简介
  - 5.3.2 市场优势分析
  - 5.3.3 市场规模分析
  - 5.3.4 门店数量分析
  - 5.3.5 市场占比分析
  - 5.3.6 规模预测分析
- 5.4 中端茶饮市场发展现状分析
  - 5.4.1 中端市场简介
  - 5.4.2 市场发展特点
  - 5.4.3 门店数量分析
  - 5.4.4 市场规模分析
  - 5.4.1 市场占比分析
  - 5.4.2 规模预测分析
- 5.5 高端茶饮市场发展现状分析
  - 5.5.1 市场规模分析
  - 5.5.2 企业集中程度
  - 5.5.1 市场占比分析
  - 5.5.2 销售渠道分析
  - 5.5.3 发展空间测算
  - 5.5.4 规模预测分析
- 5.6 新式茶饮不同端口发展分析
  - 5.6.1 渠道端分析
  - 5.6.2 产品端分析
  - 5.6.3 品牌端分析

## 第六章 2017-2021年中国新式茶饮市场竞争格局分析

- 6.1 新式茶饮波特五力分析
  - 6.1.1 现有企业间的竞争
  - 6.1.2 潜在进入者威胁

- 6.1.3 替代品威胁
- 6.1.4 供应商的讨价还价能力
- 6.1.5 购买者的讨价还价能力
- 6.2 新式茶饮市场竞争现状
  - 6.2.1 市场竞争格局
  - 6.2.2 市场商业模式
    - 6.2.1 品牌竞争模型
    - 6.2.2 品牌竞争壁垒
  - 6.2.3 未来发展空间
  - 6.2.4 未来发展趋势
- 6.3 新式茶饮品牌等级划分
  - 6.3.1 品牌划分依据
  - 6.3.2 头部代表品牌
  - 6.3.3 腰部代表品牌
  - 6.3.4 下沉市场代表
  - 6.3.5 未来市场发展
- 6.4 新式茶饮市场经营模式
  - 6.4.1 市场发展模式
  - 6.4.2 运营模式分析
  - 6.4.3 销售模式分析
  - 6.4.4 加盟模式分析
  - 6.4.5 直营模式分析
- 6.5 新式茶饮城市布局情况
  - 6.5.1 一线城市布局
  - 6.5.2 二和三线城市
  - 6.5.3 市场布局建议
- 6.6 新式茶饮同业竞争比较
  - 6.6.1 产品
  - 6.6.2 营销
  - 6.6.3 渠道
  - 6.6.4 供应

## 第七章 2017-2021年中国新式茶饮消费群体偏好分析

- 7.1 新式茶饮用户洞察分析
  - 7.1.1 消费人群特点分析

- 7.1.2 新式茶饮用户分布
- 7.1.3 新式茶饮人群收入
- 7.1.4 新式茶饮消费场景
- 7.2 新式奶茶消费市场分析
  - 7.2.1 消费搭配产品偏好
  - 7.2.2 消费人群选购关注
  - 7.2.3 消费健康方面选择
  - 7.2.4 消费者品牌忠诚度
  - 7.2.5 消费人群线上消费
- 7.3 新式茶饮行业消费方式分析
  - 7.3.1 消费人群购买方式
  - 7.3.2 消费人群排队愿意
  - 7.3.3 消费人群品牌认知

## 第八章 新式茶饮的数字化进程分析

- 8.1 新式茶饮数字化概述
  - 8.1.1 新式茶饮数字化模式
  - 8.1.2 新式茶饮数字化渠道
  - 8.1.3 新式茶饮数字化转型
  - 8.1.4 企业线上的会员运营
- 8.2 新式茶饮不同渠道数字化发展
  - 8.2.1 活动链是数字化
  - 8.2.2 品牌渠道数字化
  - 8.2.3 品牌营销数字化
  - 8.2.4 会员管理数字化
- 8.3 新式茶饮数字化市场运行情况
  - 8.3.1 新式茶饮流量运行
  - 8.3.2 头部企业数字化情况
  - 8.3.3 企业自建供应链情况
  - 8.3.4 企业数字化差异分析
  - 8.3.5 数字化企业类型分析
  - 8.3.6 品牌数字化能力分析
  - 8.3.7 数字化转型案例分析
  - 8.3.8 数字化发展存在问题
- 8.4 新式茶饮数字化发展驱动因素

- 8.4.1 数字化人群驱动因素
- 8.4.2 数字化市场驱动因素
- 8.4.3 数字化产品驱动因素
- 8.4.4 数字化投资驱动因素
- 8.5 新式茶饮数字化未来发展趋势
  - 8.5.1 数字化转型路径
  - 8.5.2 茶饮数字化转型
  - 8.5.3 茶饮数字化方向
  - 8.5.4 数字化企业升级
  - 8.5.5 数字化维度导入

## 第九章 新式茶饮典型企业发展剖析——喜茶

- 9.1 喜茶品牌传播环境
  - 9.1.1 宏观环境分析
  - 9.1.2 微观环境分析
- 9.2 喜茶品牌定位策略
  - 9.2.1 品牌定位市场概念
  - 9.2.2 消费者定位年轻化
  - 9.2.3 产品定位的差异化
- 9.3 喜茶品牌传播策略
  - 9.3.1 立足市场定位的品牌符号化策略
  - 9.3.2 以消费者为中心的内容编码策略
  - 9.3.3 基于媒介一体化的融合传播策略
  - 9.3.4 基于互动传播的关系营销策略
- 9.4 喜茶品牌传播启示
  - 9.4.1 差异化的定位
  - 9.4.2 整合优势资源
  - 9.4.3 消费者的粘性

## 第十章 新式茶饮典型企业发展剖析——茶颜悦色

- 10.1 茶颜悦色市场发展现状分析
  - 10.1.1 茶颜悦色概况
  - 10.1.2 企业运营机理
  - 10.1.3 企业品牌价值
- 10.2 茶颜悦色市场性营销策略

- 10.2.1 产品营销策略
- 10.2.2 价格营销策略
- 10.2.3 渠道营销策略
- 10.2.4 促销营销策略
- 10.2.5 角色营销策略
- 10.2.6 服务营销策略
- 10.3 茶颜悦色4C营销策略分析
  - 10.3.1 精准顾客定位
  - 10.3.2 提升让渡价值
  - 10.3.3 完善服务体系
  - 10.3.4 打造自身形象
- 10.4 茶颜悦色4P营销策略分析
  - 10.4.1 产品策略分析
  - 10.4.2 价格策略分析
  - 10.4.3 促销策略分析
  - 10.4.4 渠道策略分析
- 10.5 茶颜悦色4V营销理论分析
  - 10.5.1 差异化分析
  - 10.5.2 附加值分析
  - 10.5.3 功能化分析
  - 10.5.4 共鸣性分析

## 第十一章 新式茶饮典型企业发展剖析——奈雪的茶

- 11.1 奈雪的茶市场运行情况
  - 11.1.1 市场发展现状
  - 11.1.2 企业经营情况
  - 11.1.3 精准营销策略
  - 11.1.4 市场存在问题
  - 11.1.5 市场发展建议
- 11.2 奈雪的茶商业模式分析
  - 11.2.1 锁定精准目标群体
  - 11.2.2 打造多元主题门店
  - 11.2.3 构建品牌差异护城
  - 11.2.4 资本增收但不盈利
- 11.3 奈雪的茶精品咖啡市场

- 11.3.1 推出精品咖啡
- 11.3.2 另寻新增长点
- 11.3.3 打好差异化牌

## 第十二章 新式茶饮典型企业发展剖析——蜜雪冰城

- 12.1 蜜雪冰城经营模式分析
  - 12.1.1 营销模式分析
  - 12.1.2 商业模式分析
  - 12.1.3 规模效应分析
  - 12.1.4 门店扩展情况
  - 12.1.5 面临困境分析
- 12.2 蜜雪冰城SWOT矩阵分析
  - 12.2.1 蜜雪冰城的优势
  - 12.2.2 蜜雪冰城的劣势
  - 12.2.3 蜜雪冰城的机会
  - 12.2.4 蜜雪冰城的威胁
- 12.3 蜜雪冰城未来发展建议
  - 12.3.1 改进排队制度
  - 12.3.2 增加店员数量
  - 12.3.3 店铺位置选择
  - 12.3.4 停车位的改进

## 第十三章 新式茶饮投融资市场分析

- 13.1 新式茶饮投资市场分析
  - 13.1.1 资本发展进程
  - 13.1.2 市场投资热度
  - 13.1.3 市场投资风向
  - 13.1.4 行业投资建议
- 13.2 新式茶饮融资市场分析
  - 13.2.1 细分市场融资
  - 13.2.2 品牌融资事件
  - 13.2.3 融资次数TOP10
  - 13.2.4 融资金额TOP10
- 13.3 新式茶饮投资市场发展
  - 13.3.1 企业估值分析

- 13.3.2 处于投资风口
- 13.3.3 新生赛道发展
- 13.3.4 相关资本入局

## 第十四章 2022-2028年中国新式茶饮市场发展前景及预测

### 14.1 新式茶饮未来发展趋势

- 14.1.1 市场持续领先
- 14.1.2 市场边界模糊
- 14.1.3 持续打造品牌
- 14.1.4 产品持续创新
- 14.1.5 健康概念产品

### 14.2 新式茶饮发展方向

- 14.2.1 企业加速化
- 14.2.2 发展持续化
- 14.2.3 市场全球化
- 14.2.4 标准规范化

### 14.3 新式茶饮业未来展望

- 14.3.1 未来发展空间较大
- 14.3.2 把控茶饮品质安全
- 14.3.3 组合跨界营销模式
- 14.3.4 塑造品牌文化价值

### 14.4 2022-2028年中国显示茶饮市场预测分析

- 14.4.1 2022-2028年中国新式茶饮市场影响因素分析
- 14.4.2 2022-2028年中国新式茶饮市场规模预测（ZY ZS）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1107199.html>