2023-2029年中国新式茶饮行业分析与市场运营趋势报告

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分析与市场运营趋势报告》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/202307/381156.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分析与市场运营趋势报告》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

详细请访问：http://www.cction.com/report/202307/381156.html