

2022-2028年中国新式茶饮 行业深度分析与投资潜力分析报告

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

《2022-2028年中国新式茶饮行业深度分析与投资潜力分析报告》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/202207/311063.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

新茶饮是以年轻“新新”消费者为主要客群的茶饮品牌。他们的产品及品牌都有以下“三新”的特点：一是新鲜食材。新茶饮的产品中，会使用新鲜的牛奶、水果、芝士、坚果、木薯等丰富食材。二是乐于拥抱新技术。加工制售过程中，重视数字化和新技术的应用，实现人机的高效合作。三是用新的视角呈现品牌价值。重视顾客体验，特别重视顾客对品牌的认同感。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国新式茶饮行业深度分析与投资潜力分析报告》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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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
- 7.4 疫情影响下的发展情况

- 7.4.1 市场发展整体影响
- 7.4.2 门店营收变化情况
- 7.4.3 茶饮市场热度分析

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

图表目录

图表 新式茶饮新内涵

图表 新式茶饮的定义

图表 新式茶饮行业发展阶段

图表 新式茶饮产业链结构分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202207/311063.html>