

2021年中国新茶饮市场分析报告- 行业供需现状与投资战略研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国新茶饮市场分析报告-行业供需现状与投资战略研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/537435537435.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

新茶饮是以年轻“新新”消费者为主要客群的茶饮品牌。新茶饮品牌把握消费升级大趋势，引领我国现制茶饮市场进入行业3.0时代，头部企业注重产品品质及消费场景跃升、引领全新赛道诞生。

现制茶饮发展历程

比较维度

1.0茶饮粉末调制时代（1990-1995年）

传统连锁茶饮时代（1996-2015年）

新茶饮时代（2016年至今）

原料及制作

奶茶粉末冲水勾兑而成

使用茶末茶渣或普通茶叶制作基底茶,通常会用奶精粉勾兑制作

使用天然原料,优质茶叶萃取,加入新鲜水果或鲜奶等调味

店铺及布局

街边店铺为主,3-5平方米,几乎无统一装修

街头连锁店铺为主,15-20平方米,简单标准化装修

优质大型商园店铺为主,门店面积常在50-150平米左右,甚至出现200平米以上品牌店,强调现代化,个性化装修风格

品牌文化

无品牌概念,产品概念为主

品牌连锁概念为主,侧重于产品本身,品牌只为加盟业务服务

以优质产品为基础,以品牌文化建设为核心,注重专属品牌文化及IP的打造

产品价格

通常在10元以内

通常在10-20元

通常在20元以上 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，国内现制饮品规模约1300亿元，其中，现制茶饮规模约700亿元，占现制饮品规模的54%。

国内现制饮品市场规模占比情况 数据来源：公开资料整理

除把握了消费大升级机遇以外，新茶饮市场持续火热的关键在于新茶饮品牌致力于塑造并传递品牌文化，对新生代消费人群拥有强大的品牌影响力。根据数据显示，超50%的消费者表示品牌是其主要选择考虑因素。

消费者选择新式茶饮因素占比情况 数据来源：公开资料整理

年轻一代消费群体越来越注重品牌消费和品牌调性，受消费者认可的品牌展现出极高的顾客粘性，品牌效应的影响也在变得越来越重要。新茶饮的头部企业无一不重视自己品牌形象的突显和打造，如喜茶、奈雪、乐乐茶等均与多个行业的龙头企业合作，推出多个联名产品。在此情况下，街边加盟小店正在逐渐失去市场，头部企业则展现出强者恒强的态势。

新式茶跨界合作情况

品牌

跨界合作

喜茶

喜茶x百雀羚联名推出喜雀礼盒

HEYTEA与 NIKE合作打造HEYTEA X NIKE LAB

喜茶与联名TOPYS推出了本书

奈雪の茶

奈雪与旺旺合作，推出旺仔宝藏茶

奈雪与人民日报新媒体合作，推出“报款”红石榴以及“有为青年看报喝茶”快闪店

奈雪与李宁合作,推出“奈雪x李宁”礼盒等

乐乐茶

乐乐茶与阿尔卑斯联名推出阿尔卑斯焦糖茶茶拿铁等单品

乐乐茶与自然堂合作推出快闪店

乐乐茶与网易严选合作,推出不南茶 数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国新茶饮市场分析报告-行业供需现状与投资战略研究》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中

国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国新茶饮行业发展概述

第一节 新茶饮行业发展情况概述

- 一、新茶饮行业相关定义
- 二、新茶饮行业基本情况介绍
- 三、新茶饮行业发展特点分析
- 四、新茶饮行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、新茶饮行业需求主体分析

第二节 中国新茶饮行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、新茶饮行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国新茶饮行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国新茶饮行业生命周期分析

- 一、新茶饮行业生命周期理论概述
- 二、新茶饮行业所属的生命周期分析

第四节 新茶饮行业经济指标分析

- 一、新茶饮行业的赢利性分析
- 二、新茶饮行业的经济周期分析
- 三、新茶饮行业附加值的提升空间分析

第五节 中国新茶饮行业进入壁垒分析

- 一、新茶饮行业资金壁垒分析
- 二、新茶饮行业技术壁垒分析
- 三、新茶饮行业人才壁垒分析
- 四、新茶饮行业品牌壁垒分析
- 五、新茶饮行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球新茶饮行业市场发展现状分析

第一节 全球新茶饮行业发展历程回顾

第二节 全球新茶饮行业市场区域分布情况

第三节 亚洲新茶饮行业地区市场分析

- 一、亚洲新茶饮行业市场现状分析
- 二、亚洲新茶饮行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲新茶饮行业市场前景分析

第四节 北美新茶饮行业地区市场分析

- 一、北美新茶饮行业市场现状分析
- 二、北美新茶饮行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美新茶饮行业市场前景分析

第五节 欧洲新茶饮行业地区市场分析

- 一、欧洲新茶饮行业市场现状分析
- 二、欧洲新茶饮行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲新茶饮行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界新茶饮行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球新茶饮行业市场规模预测

第三章 中国新茶饮产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品新茶饮总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国新茶饮行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国新茶饮产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国新茶饮行业运行情况

第一节 中国新茶饮行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国新茶饮行业市场规模分析

第三节 中国新茶饮行业供应情况分析

第四节 中国新茶饮行业需求情况分析

第五节 我国新茶饮行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国新茶饮行业供需平衡分析

第七节 中国新茶饮行业发展趋势分析

第五章 中国新茶饮所属行业运行数据监测

第一节 中国新茶饮所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国新茶饮所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国新茶饮所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国新茶饮市场格局分析

第一节 中国新茶饮行业竞争现状分析

一、中国新茶饮行业竞争情况分析

二、中国新茶饮行业主要品牌分析

第二节 中国新茶饮行业集中度分析

一、中国新茶饮行业市场集中度影响因素分析

二、中国新茶饮行业市场集中度分析

第三节 中国新茶饮行业存在的问题

第四节 中国新茶饮行业解决问题的策略分析

第五节 中国新茶饮行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国新茶饮行业需求特点与动态分析

第一节 中国新茶饮行业消费市场动态情况

第二节 中国新茶饮行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 新茶饮行业成本结构分析

第四节 新茶饮行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国新茶饮行业价格现状分析

第六节 中国新茶饮行业平均价格走势预测

一、中国新茶饮行业价格影响因素

二、中国新茶饮行业平均价格走势预测

三、中国新茶饮行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国新茶饮行业区域市场现状分析

第一节 中国新茶饮行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区新茶饮市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区新茶饮市场规模分析

四、华东地区新茶饮市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区新茶饮市场规模分析

四、华中地区新茶饮市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区新茶饮市场规模分析

四、华南地区新茶饮市场规模预测

第九章 2017-2020年中国新茶饮行业竞争情况

第一节 中国新茶饮行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国新茶饮行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国新茶饮行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 新茶饮行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国新茶饮行业发展前景分析与预测

第一节 中国新茶饮行业未来发展前景分析

- 一、新茶饮行业国内投资环境分析
- 二、中国新茶饮行业市场机会分析
- 三、中国新茶饮行业投资增速预测

第二节 中国新茶饮行业未来发展趋势预测

第三节 中国新茶饮行业市场发展预测

- 一、中国新茶饮行业市场规模预测
- 二、中国新茶饮行业市场规模增速预测
- 三、中国新茶饮行业产值规模预测
- 四、中国新茶饮行业产值增速预测
- 五、中国新茶饮行业供需情况预测

第四节 中国新茶饮行业盈利走势预测

- 一、中国新茶饮行业毛利润同比增速预测
- 二、中国新茶饮行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国新茶饮行业投资风险与营销分析

第一节 新茶饮行业投资风险分析

- 一、新茶饮行业政策风险分析
- 二、新茶饮行业技术风险分析
- 三、新茶饮行业竞争风险分析
- 四、新茶饮行业其他风险分析

第二节 新茶饮行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国新茶饮行业发展战略及规划建议

第一节 中国新茶饮行业品牌战略分析

- 一、新茶饮企业品牌的重要性
 - 二、新茶饮企业实施品牌战略的意义
 - 三、新茶饮企业品牌的现状分析
 - 四、新茶饮企业的品牌战略
 - 五、新茶饮品牌战略管理的策略
- 第二节 中国新茶饮行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国新茶饮行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 新茶饮行业竞争力提升策略

- 一、新茶饮行业产品差异性策略
- 二、新茶饮行业个性化服务策略
- 三、新茶饮行业的促销宣传策略
- 四、新茶饮行业信息智能化策略
- 五、新茶饮行业品牌化建设策略
- 六、新茶饮行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国新茶饮行业发展策略及投资建议

第一节 中国新茶饮行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国新茶饮行业营销渠道策略

- 一、新茶饮行业渠道选择策略
- 二、新茶饮行业营销策略

第三节 中国新茶饮行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国新茶饮行业重点投资区域分析

二、中国新茶饮行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/537435537435.html>