

2025-2030年中国新式茶饮行业市场前瞻与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

——综述篇——

第1章：新式茶饮行业综述及数据来源说明

1.1 新式茶饮行业界定

- 1.1.1 新式茶饮定义与分类
- 1.1.2 新式茶饮与传统茶饮的区别
- 1.1.3 新式茶饮的特征

1.2 新式茶饮所处行业

1.3 本报告研究范围界定说明

1.4 新式茶饮行业市场监管&标准体系

1.4.1 新式茶饮行业监管体系及机构职能

- 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

1.4.2 新式茶饮行业标准体系及建设进程

- 1、中国茶饮料行业标准体系建设
- 2、中国新式茶饮行业现行标准分析
 - (1) 中国新式茶饮行业现行国家标准汇总
 - (2) 中国新式茶饮行业现行行业标准汇总
 - (3) 中国新式茶饮行业现行地方标准汇总
 - (4) 中国新式茶饮行业现行企业标准汇总
 - (5) 中国新式茶饮行业现行团体标准汇总

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 & 统计标准

——现状篇——

第2章：中国新式茶饮行业发展现状分析

2.1 中国新式茶饮发展历程

2.2 中国新式茶饮市场主体

- 2.2.1 中国新式茶饮市场主体类型
- 2.2.2 中国新式茶饮企业进场方式
- 2.2.3 中国新式茶饮新注册企业
- 2.2.4 中国新式茶饮企业类型

2.3 中国新式茶饮门店数量

- 2.3.1 中国新式茶饮门店数量分析
- 2.3.2 头部品牌门店数量分析

2.4 中国新式茶饮产品研发及包装设计

- 2.4.1 新式茶饮产品研发
- 2.4.2 新式茶饮包装设计
- 2.4.3 新式茶饮品牌形象
- 2.4.4 新式茶饮产品定价

2.5 中国新式茶饮行业消费者画像

- 2.5.1 客户性别结构
- 2.5.2 客户年龄结构

2.6 中国新式茶饮市场需求现状

- 2.6.1 消费场景
- 2.6.2 消费频率
- 2.6.3 消费价格偏好
- 2.6.4 消费品类偏好
- 2.6.5 消费行为特征总结

2.7 中国新式茶饮行业市场规模体量

2.8 中国新式茶饮行业经济特性分析

2.9 中国新式茶饮行业发展痛点及挑战

- 2.9.1 新式茶饮行业存在的痛点分析
- 2.9.2 新式茶饮行业痛点解决路径分析

第3章：中国新式茶饮行业竞争格局分析

3.1 新式茶饮竞争者入场及战略布局

- 3.1.1 新式茶饮竞争者入场进程
- 3.1.2 新式茶饮竞争者集群分布
- 3.1.3 新式茶饮竞争者区域热力图
- 3.1.4 新式茶饮竞争者战略布局状况

3.2 新式茶饮市场竞争格局

- 3.2.1 新式茶饮行业市场竞争梯队
- 3.2.2 新式茶饮行业市场竞争份额
- 3.2.3 新式茶饮行业市场集中度

3.3 新式茶饮波特五力模型

- 3.3.1 行业现有竞争者分析
- 3.3.2 行业潜在进入者威胁
- 3.3.3 行业替代品威胁分析
- 3.3.4 行业供应商议价能力分析
- 3.3.5 行业购买者议价能力分析
- 3.3.6 行业竞争情况总结

3.4 新式茶饮品牌出海布局

3.5 新式茶饮融资情况

- 3.5.1 资金来源
- 3.5.2 投融资事件
- 3.5.3 投融资事件数量
- 3.5.4 投融资轮次

3.6 新式茶饮行业兼并重组动态

- 3.6.1 兼并重组阶段、方式及动因
- 3.6.2 兼并重组事件
- 3.6.3 兼并重组趋势

第4章：中国新式茶饮行业商业模式解析

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、客户共饮场景
 - 3、客户定位分析
- 4.1.2 新式茶饮行业价值主张
- 4.1.3 新式茶饮行业关键活动
- 4.1.4 新式茶饮行业渠道通路
- 4.1.5 新式茶饮行业客户关系
- 4.1.6 新式茶饮行业重要资源
- 4.1.7 新式茶饮行业合作伙伴
 - 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 新式茶饮主流商业模式分析

- 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

4.4 中国新式茶饮行业营销模式分析

- 4.4.1 中国新式茶饮行业营销模式分析
- 4.4.2 中国新式茶饮行业营销渠道分析

- 4.4.3 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
 - 4.5 新式茶饮的互联网思维运营战略
 - 4.5.1 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字化能力
 - 4.5.2 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
 - 4.5.3 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
 - 4.6 新式茶饮行业精细化运营策略分析
 - 4.6.1 新式茶饮行业颜值吸引策略分析
 - 4.6.2 新式茶饮行业内容吸引策略分析
 - 4.6.3 新式茶饮行业场景营销策略分析
- 第5章：新式茶饮产业链全景及上游市场**
- 5.1 新式茶饮产业链结构梳理
 - 5.2 新式茶饮产业链生态图谱
 - 5.3 新式茶饮产业链区域热力图
 - 5.4 新式茶饮行业成本投入结构
 - 5.5 新式茶饮原材料
 - 5.5.1 新式茶饮原材料概述
 - 5.5.2 中国茶叶
 - 1、种植面积
 - 2、种植区域分布
 - 3、产量
 - 5.5.3 中国茶叶出口
 - 1、出口规模
 - 2、出口目的地
 - 3、出口均价
 - 5.5.4 中国茶叶进口
 - 1、进口规模
 - 2、进口来源国
 - 3、进口均价
 - 5.5.5 对新式茶饮行业的影响
 - 5.6 新式茶饮辅料
 - 5.6.1 新式茶饮辅料概述
 - 5.6.2 水果
 - 1、供给量
 - 2、需求量
 - 3、价格
 - 5.6.3 鲜奶及乳制品
 - 1、供需
 - 2、竞争
 - 3、价格
 - 5.6.4 其他辅料
 - 1、椰果
 - 2、珍珠粉圆
 - 3、风味冻
 - 5.6.5 对新式茶饮行业的影响
 - 5.7 新式茶饮加工设备
 - 5.7.1 新式茶饮生产流程

- 5.7.2 新式茶饮加工设备
 - 1、制冷设备
 - 2、纯水机
 - 3、制冰机
 - 4、沙冰机
 - 5、封口机
 - 6、开水器
 - 7、咖啡机
 - 8、奶泡机
- 5.7.3 商用型智能封罐机
- 5.7.4 自动化制茶设备——奈雪的茶“自动奶茶机”
- 5.7.5 对新式茶饮行业的影响

5.8 配套产业布局对新式茶饮行业的影响总结

第6章：中国新式茶饮行业细分产品市场

6.1 新式茶饮行业细分市场概况

6.2 新式茶饮细分市场：新式奶茶

6.2.1 新式奶茶概述

- 1、新式奶茶的定义
- 2、新式奶茶的种类
- 3、新式奶茶的特点

6.2.2 新式奶茶市场概况

6.2.3 新式奶茶竞争格局

6.3 新式茶饮细分市场：新式水果茶

6.3.1 新式水果茶概述

- 1、新式水果茶的定义
- 2、新式水果茶的种类
- 3、新式水果茶特点

6.3.2 新式水果茶市场概况

6.3.3 新式水果茶竞争格局

6.4 新式茶饮细分市场：新式混合茶

6.4.1 新式混合茶概述

6.4.2 新式混合茶市场概况

6.4.3 新式混合茶竞争格局

6.5 新式茶饮细分市场：新式纯茶

6.5.1 新式纯茶概述

6.5.2 新式纯茶市场概况

6.5.3 新式纯茶竞争格局

6.6 新式茶饮细分市场：新式抹茶

6.6.1 新式抹茶概述

6.6.2 新式抹茶市场概况

6.6.3 新式抹茶竞争格局

6.7 新式茶饮细分市场：其他

6.7.1 气泡茶

- 1、气泡茶概述
- 2、气泡茶市场概况
- 3、气泡茶竞争格局

6.7.2 冷萃茶

- 1、冷萃茶概述
- 2、冷萃茶市场概况及竞争格局

6.7.3 芝士奶盖

- 1、芝士奶盖概述
- 2、芝士奶盖市场概况
- 3、芝士奶盖竞争格局

6.8 中国新式茶饮行业细分市场战略地位分析

第7章：中国新式茶饮产业区域发展格局

7.1 中国新式茶饮门店区域分布

7.1.1 中国各省市新式茶饮门店分布

7.2.2 中国新式茶饮门店数量城市排行

7.2.3 中国新式茶饮门店城市线分布

7.2 中国新式茶饮品牌区域分布

7.3 中国新式茶饮消费区域分布

- 7.3.1 中国新式茶饮城市消费能力分析
- 7.3.2 中国新式茶饮区域扩张现状

7.4 重点区域市场：深圳

- 7.4.1 新式茶饮消费环境
 - 1、深圳市城市经济实力
 - 2、深圳市居民收入水平
 - 3、深圳市人口结构特征
 - 4、深圳市茶饮消费量
 - 5、深圳市新式茶饮创投项目情况
- 7.4.2 新式茶饮品牌布局
 - 1、深圳市新式茶饮店铺排行情况
 - 2、深圳市新式茶饮品牌门店开设情况
- 7.4.3 新式茶饮消费特征

7.5 重点区域市场：上海

- 7.5.1 新式茶饮消费环境
 - 1、上海市城市经济实力
 - 2、上海市居民收入水平
 - 3、上海市茶饮消费量
 - 4、上海市新式茶饮创投项目情况
- 7.5.2 新式茶饮品牌布局
 - 1、上海市新式茶饮店铺排行情况
 - 2、上海市新式茶饮品牌门店开设情况
- 7.5.3 新式茶饮消费特征
 - 1、上海市新式茶饮消费偏好特征
 - 2、上海市新式茶饮消费主力分析

7.6 重点区域市场：广州

- 7.6.1 新式茶饮消费环境
 - 1、广州市城市经济实力
 - 2、广州市居民收入水平
 - 3、广州市茶饮消费量
 - 4、广州市新式茶饮创投项目情况
- 7.6.2 新式茶饮品牌布局
 - 1、广州市新式茶饮店铺排行情况
 - 2、广州市新式茶饮品牌门店开设情况
- 7.6.3 新式茶饮消费特征
 - 1、广州市新式茶饮消费产品偏好特征
 - 2、广州市新式茶饮消费主力分析

7.7 重点区域市场：北京

- 7.7.1 新式茶饮消费环境
 - 1、北京市经济实力
 - 2、北京市居民收入水平
 - 3、北京市茶饮消费环境分析
 - 4、北京市新式茶饮创投项目情况
- 7.7.2 新式茶饮品牌布局
- 7.7.3 新式茶饮消费特征

7.8 重点区域市场：成都

- 7.8.1 新式茶饮消费环境
 - 1、成都市经济实力
 - 2、成都市居民收入水平
 - 3、成都市茶饮文化氛围分析
 - 4、成都市新式茶饮创投项目情况
- 7.8.2 新式茶饮品牌布局
- 7.8.3 新式茶饮消费特征

第8章：中国新式茶饮品牌布局案例解析

8.1 现制茶饮行业企业文化发展总况

8.2 中国新式茶饮品牌案例分析

- 8.2.1 蜜雪冰城——蜜雪冰城股份有限公司

- 1、品牌基本情况
 - 2、门店数量及区域分布
 - 3、品类布局及新品研发
 - 4、渠道布局及竞争策略
 - 5、品牌融资及并购情况
 - 6、品牌商业模式解析
 - 7、品牌发展优劣势分析
- 8.2.2 古茗——古茗科技集团有限公司
- 1、品牌基本情况
 - 2、门店数量及区域分布
 - 3、品类布局及新品研发
 - 4、品牌商业模式解析
 - 5、品牌发展优劣势分析
- 8.2.3 书亦烧仙草——四川书亦餐饮管理有限公司
- 1、品牌基本情况
 - 2、门店数量及区域分布
 - 3、品类布局及新品研发
 - 4、企业融资情况分析
 - 5、品牌商业模式分析
 - 6、品牌发展优劣势分析
- 8.2.4 茶百道——四川百茶百道实业股份有限公司
- 1、品牌基本情况
 - 2、门店数量及区域分布
 - 3、品类布局及新品研发
 - 4、品牌融资及并购情况
 - 5、品牌商业模式解析
 - 6、品牌发展优劣势分析
- 8.2.5 沪上阿姨——上海臻敬实业有限公司
- 1、品牌基本情况
 - 2、门店数量及区域分布
 - 3、品类布局及新品研发
 - 4、品牌融资及并购情况
 - 5、品牌商业模式解析
 - 6、品牌发展优劣势分析
- 8.2.6 Coco都可——上海肇亿商贸有限公司
- 1、品牌基本情况
 - 2、门店数量及区域分布
 - 3、品类布局及新品研发
 - 4、品牌商业模式解析
 - 5、品牌发展优劣势分析
- 8.2.7 益禾堂——武汉熠汇饮科技有限公司
- 1、品牌基本情况
 - 2、门店数量及区域分布
 - 3、品类布局及新品研发
 - 4、品牌商业模式解析
 - 5、品牌发展优劣势分析
- 8.2.8 一点点——广州一点点餐饮企业管理有限公司
- 1、品牌基本情况
 - 2、门店数量及区域分布
 - 3、品类布局及新品研发
 - 4、品牌商业模式解析
 - 5、品牌发展优劣势分析
- 8.2.9 喜茶——深圳美西西餐餐饮管理有限公司
- 1、品牌基本情况
 - 2、品牌经营情况
 - 3、门店数量及区域布局
 - 4、品类布局及新品研发
 - 5、品牌融资及并购情况
 - 6、品牌商业模式解析

- 7、品牌发展优劣势与前景挑战分析
- 8.2.10 奈雪的茶——深圳市品道餐饮管理有限公司
 - 1、品牌基本情况
 - 2、品牌经营情况
 - 3、门店数量及区域布局
 - 4、品类布局及新品研发
 - 5、品牌融资及并购情况
 - 6、品牌商业模式解析
 - 7、品牌发展优劣势及前景与挑战分析
- 8.2.11 茉酸奶——上海伯邑餐饮管理有限公司
 - 1、品牌基本情况
 - 2、门店数量及区域分布
 - 3、品类布局及新品研发
 - 4、品牌商业模式解析
 - 5、品牌发展优劣势分析
- 8.2.12 霸王茶姬——北京茶姬餐饮管理有限公司
 - 1、品牌基本情况
 - 2、门店数量及区域分布
 - 3、品类布局及新品研发
 - 4、品牌商业模式解析
 - 5、品牌发展优劣势分析
- 8.2.13 茶颜悦色——湖南茶悦文化产业发展集团有限公司
 - 1、品牌基本情况
 - 2、门店数量及区域布局
 - 3、品类布局及新品研发
 - 4、渠道布局及竞争策略
 - 5、品牌融资及并购情况
 - 6、品牌商业模式解析
 - 7、品牌发展优劣势分析

——展望篇——

第9章：中国新式茶饮行业政策环境洞察&发展潜力

9.1 中国新式茶饮行业政策/规划汇总及解读

- 9.1.1 国家层面新式茶饮行业政策规划汇总及解读
- 9.1.2 地方层面新式茶饮行业政策规划汇总及解读
- 9.1.3 国家重点政策对新式茶饮行业发展的影响
- 9.1.4 政策环境对新式茶饮行业发展的影响总结

9.2 中国新式茶饮行业SWOT分析（优势/劣势/机会/威胁）

- 9.2.1 中国新式茶饮行业发展优势
 - 1、新式茶饮扩展速度较快
 - 2、头部企业尚未形成垄断
 - 3、下游需求旺盛
- 9.2.2 中国新式茶饮行业发展劣势
 - 1、消费者出于健康的担忧
 - 2、价格战不是长久之计
- 9.2.3 中国新式茶饮行业发展机遇
 - 1、居民收入水平提升
 - 2、快节奏生活提升对于饮品创新的需求
 - 3、社交网络的发展使得新式茶饮行业搭乘了“顺风车”
- 9.2.4 中国新式茶饮行业发展威胁
 - 1、上游原材料供应波动
 - 2、资本过热引起的供给过剩仍需时间消化

第10章：中国新式茶饮行业市场前景及发展趋势洞悉

10.1 中国新式茶饮行业发展潜力评估

10.2 中国新式茶饮行业发展前景预测

10.3 中国新式茶饮行业发展趋势洞悉

- 10.3.1 发展模式趋势
 - 1、与食品形成“茶饮+配餐”发展模式
 - 2、线上宣传赋能消费行为转化
- 10.3.2 消费场景变革趋势

10.3.3 产品发展趋势

- 1、产品规格趋势
- 2、产品多样化趋势

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机会分析**

- 11.3.1 新式茶饮产业链薄弱环节投资机会
- 11.3.2 新式茶饮行业细分领域投资机会
- 11.3.3 新式茶饮行业区域市场投资机会

11.4 中国新式茶饮行业投资价值评估**11.5 中国新式茶饮行业投资策略建议****11.6 中国新式茶饮行业可持续发展建议**

图表目录

- 图表1：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：新式茶饮的特征
- 图表4：《国民经济行业分类与代码》中新式茶饮行业归属
- 图表5：本报告研究范围界定
- 图表6：中国新式茶饮行业监管体系
- 图表7：中国新式茶饮行业主管部门
- 图表8：中国新式茶饮行业自律组织
- 图表9：截至2024年中国新式茶饮行业标准体系建设（单位：项）
- 图表10：截至2024年中国新式茶饮行业现行国家标准
- 图表11：截至2024年中国新式茶饮行业现行行业标准
- 图表12：截至2024年中国新式茶饮行业现行地方标准
- 图表13：截至2024年中国新式茶饮行业现行企业标准（部分）
- 图表14：截至2024年中国新式茶饮行业现行团体标
- 图表15：本报告权威数据资料来源汇总
- 图表16：本报告的主要研究方法及统计标准说明
- 图表17：中国新式茶饮行业市场主体类型
- 图表18：中国新式茶饮行业市场主体类型
- 图表19：中国新式茶饮行业企业入场方式
- 图表20：2011-2024年中国新式茶饮行业新增企业数量（单位：家）
- 图表21：2024年中国新式茶饮行业企业类型（单位：家，%）
- 图表22：2020-2024年中国在业新式茶饮门店数量（单位：万家）
- 图表23：2024年中国新式茶饮品牌门店数量情况（单位：家）
- 图表24：新式茶饮代表品牌研发情况
- 图表25：2024年美团外卖新品数量各价格带分布（单位：%）
- 图表26：2024年新式茶饮消费者人群性别分布（单位：%）
- 图表27：新式茶饮消费者人群年龄代际分布（单位：%）
- 图表28：新式茶饮消费场景（单位：%）
- 图表29：2024年新式茶饮消费频次（单位：%）
- 图表30：2024年新式茶饮消费者人群价格接受情况（单位：%）
- 图表31：2024年新式茶饮者品类偏好情况（单位：%）
- 图表32：2020-2024年中国新式茶饮市场规模（单位：亿元）
- 图表33：新式茶饮行业经济特性
- 图表34：新式茶饮行业发展痛点分析
- 图表35：新式茶饮行业痛点解决路径分析
- 图表36：中国新式茶饮行业竞争者入场进程（单位：万人民币，万美元）
- 图表37：中国新式茶饮竞争者集群分布（按经营模式）
- 图表38：中国新茶饮行业竞争者区域分布热力图-按注册地

- 图表39: 中国新式茶饮行业竞争者发展战略布局状况
- 图表40: 中国新茶饮行业竞争梯队（按门店数量）（单位：家）
- 图表41: 2024年新茶饮品牌受欢迎程度（单位：%）
- 图表42: 2024年新茶饮行业集中度（单位：%）
- 图表43: 中国新式茶饮行业五力竞争综合分析
- 图表44: 新式茶饮代表性品牌海外布局情况（单位：家）
- 图表45: 中国新式茶饮行业资金来源汇总
- 图表46: 2022-2024年中国新式茶饮行业部分投资事件（部分）
- 图表47: 2020-2024年中国新式茶饮行业投融资数量（单位：件）
- 图表48: 2022-2024年中国新式茶饮行业投融资轮次解读（单位：起，%）
- 图表49: 中国新式茶饮行业兼并与重组的动因
- 图表50: 2022-2024年中国新式茶饮行业兼并重组事件
- 图表51: 中国新式茶饮行业兼并与重组整体趋势预判
- 图表52: 2024年新式茶饮消费者地区分布（单位：%）
- 图表53: 新式茶饮消费者“共饮”人群（单位：%）
- 图表54: 新式茶饮行业客户定位分析
- 图表55: 新式茶饮行业价值主张分析
- 图表56: 新式茶饮行业关键活动分析
- 图表57: 新式茶饮行业渠道通路分析
- 图表58: 新式茶饮消费者品牌复够情况（分年龄段）（单位：%）
- 图表59: 新式茶饮行业重要资源分析
- 图表60: 新式茶饮行业原料供应商分析
- 图表61: 新式茶饮行业渠道供应商分析
- 图表62: 新式茶饮行业营销媒体合作方分析
- 图表63: 头部新式茶饮品牌跨界合作情况
- 图表64: 新式茶饮行业成本分析
- 图表65: 新式茶饮行业快时尚连锁商业模式特点分析
- 图表66: 2024年中国新式茶饮快时尚连锁商业模式代表性品牌情况（单位：元/杯）
- 图表67: 现制茶饮行业加盟代理商业模式特点分析
- 图表68: 2024年中国现制茶饮行业加盟代理商业模式代表性品牌情况（单位：元/杯）
- 图表69: 新式茶饮行业餐饮副线商业模式特点分析
- 图表70: 新式茶饮行业商业模式关键因素分析
- 图表71: 新式茶饮行业营销模式分析
- 图表72: 新式茶饮行业营销渠道占比（单位：%）
- 图表73: 新式茶饮行业产品特色包装设计
- 图表74: 新式茶饮行业内容吸引策略分析
- 图表75: 新茶饮产业链梳理
- 图表76: 新式茶饮产业链生态图谱
- 图表77: 中国新茶饮行业竞争者区域分布热力图-按注册地
- 图表78: 2024年中国新式茶饮行业营业成本结构（单位：%）
- 图表79: 2015-2024年中国茶园种植面积情况（单位：万亩）
- 图表80: 2024年中国茶园面积区域结构（单位：万亩，%）
- 图表81: 2020-2024年中国茶叶产量及增长情况（单位：万吨）
- 图表82: 2019-2024年中国茶叶行业出口数量变化（单位：万吨）
- 图表83: 2019-2024年中国茶叶行业出口总额变化（单位：亿美元）
- 图表84: 2024年中国茶叶行业按出口量出口国家/地区（单位：%）
- 图表85: 2019-2024年中国茶叶行业出口均价（单位：美元/千克）
- 图表86: 2019-2024年中国茶叶行业进口数量变化（单位：万吨）
- 图表87: 2019-2024年中国茶叶行业进口总额变化（单位：亿美元）
- 图表88: 2024年中国茶叶行业按进口量进口国家/地区（单位：%）
- 图表89: 2019-2024年中国茶叶行业进口均价（单位：美元/千克）
- 图表90: 茶叶市场对新式茶饮行业的影响分析
- 图表91: 2020-2024年中国水果产量（单位：亿吨）
- 图表92: 2020-2024年我国人均干鲜瓜果消费量（单位：公斤）
- 图表93: 2020-2024年中国水果生产价格指数
- 图表94: 2020-2024年我国乳制品产量情况（单位：万吨）
- 图表95: 2020-2024年我国乳制品销量情况（单位：万吨，%）
- 图表96: 中国乳制品行业竞争层次分析
- 图表97: 2019-2024年中国乳制品制造工业生产者出厂价格指数

图表98: 新式茶饮敷料市场对新式茶饮行业的影响分析
图表99: 2024年中国制冷设备行业代表性企业产品
图表100: 2012-2024年中国咖啡机产量规模 (单位: 万台)
图表101: 新式茶饮加工设备市场对新式茶饮行业的影响分析
图表102: 配套市场对新式茶饮行业的影响总结
图表103: 新式茶饮细分市场类别
图表104: 部分新式奶茶种类展示
图表105: 新式奶茶的特点
图表106: 主要网红新式奶茶种类及价格 (单位: ml, 元)
图表107: 2024年新式珍珠奶茶店店铺数量TOP5
图表108: 喜茶水果茶示意图
图表109: 新式水果茶种类
图表110: 新式水果茶特点
图表111: 主要网红水果茶种类及价格 (单位: 元)
图表112: 2024年新式茶饮品牌中水果茶饮料产品占比 (单位: %)
图表113: 喜茶黑金店、奈雪生活以及其他奶茶店铺风格对比
图表114: 新式混合茶部分产品展示
图表115: 新式混合茶部分产品展示
图表116: 新式混合茶竞争格局
图表117: 部分新式纯茶商品展示
图表118: 主要网红新式纯茶产品种类及价格 (单位: ml, 元)
图表119: 2024年中国北京、上海、深圳代表性商圈新式纯茶竞争情况
图表120: 新式抹茶代表产品展示
略.....完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: service@qianzhan.com

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!