

2025-2030年中国茶饮出海现状深度调研与投资机遇展望分析报告

目 录

CONTENTS

——综述篇——

第1章：茶饮全球分工/产业画像/监管环境

1.1 茶饮产业界定及产品分类

- 1.1.1 茶饮的界定
- 1.1.2 茶饮的分类
- 1.1.3 本文研究范围

1.2 茶饮产业画像及全球分工

- 1.2.1 全球茶饮产业分工及产业链条
- 1.2.2 全球茶饮产业链生态全景图谱
- 1.2.3 全球茶饮产业链区域热力地图

1.3 茶饮国内外市场监管环境

- 1.3.1 国内外茶饮市场监管体系概况
- 1.3.2 国内外茶饮产业市场准入制度
- 1.3.3 国内外茶饮技术法规/安全标准
 - 1、国外茶饮行业标准
 - 2、国内茶饮行业标准
- 1.3.4 中国茶饮出口技术性贸易壁垒

——现状篇——

第2章：中国茶饮行业发展现状及出口现状

2.1 中国茶饮行业发展历程

2.2 中国茶饮市场规模/体量

2.3 中国茶饮企业数量/产品

- 2.3.1 中国茶饮市场的参与者
- 2.3.2 中国茶饮企业数量
- 2.3.3 中国茶饮主要企业布局
 - 1、中国茶饮主要企业产品布局
 - 2、中国茶饮主要企业原料布局
 - 3、中国茶饮主要企业经营布局
- 2.3.4 中国茶饮主要产品品类

2.4 中国茶饮门店数量/模式

- 2.4.1 中国新式茶饮门店数量
- 2.4.2 茶饮头部品牌门店数量
- 2.4.3 中国茶饮品牌商业运营模式
 - 1、中国茶饮品牌商业运营模式概述
 - 2、中国茶饮主要品牌商业运营情况

2.5 中国茶饮需求现状/销售

- 2.5.1 中国茶饮市场流通渠道
- 2.5.2 中国茶饮普及情况分析
- 2.5.3 中国茶饮市场需求分析
- 2.5.4 中国茶饮市场价格水平

2.6 中国茶饮市场竞争/利润

- 2.6.1 中国茶饮同业竞争程度
- 2.6.2 中国茶饮竞争梯队分布
- 2.6.3 中国茶饮市场竞争格局
- 2.6.4 中国茶饮市场集中度
- 2.6.5 中国茶饮企业的毛利率

2.7 中国茶叶及相关产品出口数据

- 2.7.1 茶叶及相关产品适用海关HS编码
- 2.7.2 中国茶叶及相关产品对外贸易概况
- 2.7.3 中国茶叶及相关产品进口贸易概况
 - 1、茶叶及相关产品进口贸易规模

- 2、茶叶及相关产品进口价格水平
- 3、茶叶及相关产品进口来源国
- 2.7.4 中国茶叶及相关产品出口贸易规模
- 2.7.5 中国茶叶及相关产品出口产品结构
- 2.7.6 中国茶叶及相关产品出口目标市场
- 第3章：全球及中国茶饮行业发展综合对比**
- 3.1 全球及中国茶饮行业发展程度/阶段对比
- 3.2 全球及中国茶饮行业市场规模/体量对比
- 3.3 全球及中国茶饮行业市场供给对比
- 3.4 全球及中国茶饮行业市场需求/销售对比
- 3.5 全球及中国茶饮市场渗透率/普及率对比
- 3.6 全球及中国茶饮典型企业/产品布局对比
- 3.7 全球茶饮区域发展格局及中国市场地位
- 3.7.1 全球茶饮区域发展格局
- 3.7.2 中国茶饮市场全球地位
- 3.8 全球茶饮市场竞争态势及中企的竞争力
- 3.8.1 全球茶饮市场竞争态势及格局
- 3.8.2 全球茶饮市场中国企业竞争力
- 第4章：中国茶饮产业出海契机及优势分析**
- 4.1 中国茶饮企业出海布局动因
- 4.2 中国茶饮出海核心驱动因素：需求驱动
- 4.2.1 国内茶饮市场扩张需求
- 1、餐饮连锁化不断提高
- 2、中国茶饮市场竞争激烈
- 3、餐饮服务员工资上涨
- 4、国内茶饮市场对外扩张需求总结
- 4.2.2 海外市场需求潜力分析
- 1、东南亚市场需求分析
- 2、欧美市场需求分析
- 3、华人华侨需求分析
- 4、海外市场茶饮需求潜力总结
- 4.3 中国茶饮出海核心驱动因素：政策驱动
- 4.3.1 中国餐饮出海鼓励政策
- 4.3.2 中国跨境电商鼓励政策
- 4.4 中国茶饮出海核心驱动因素：投资热潮
- 4.4.1 中国对外投资热度/投资总额变化
- 4.4.2 中国对外直接投资区域分布
- 4.4.3 中国对外直接投资行业分布
- 4.4.4 中国对外投资对茶饮出海的影响
- 4.5 中国茶饮出口贸易优势
- 4.5.1 丰富的品类与文化底蕴
- 4.5.2 成熟的供应链与成本控制能力
- 第5章：中国茶饮出海现状调研及路径模式**
- 5.1 中国茶饮出海模式/渠道分析
- 5.1.1 中国茶饮出海主要模式/渠道概述
- 5.1.2 中国代表茶饮企业出海模式/渠道分析
- 5.2 中国茶饮海外布局企业汇总
- 5.2.1 中国代表茶饮品牌出海布局
- 5.2.2 中国代表茶饮海外布局阶段
- 5.2.3 中国代表茶饮海外布局目标
- 5.3 中国茶饮企业出海门店数量
- 5.4 中国茶饮跨境投资并购动态
- 5.4.1 中国茶饮跨境投融资事件汇总
- 5.4.2 中国茶饮企业境外上市情况
- 5.5 中国茶饮企业出海渠道模式
- 5.5.1 中国茶饮企业出海渠道模式概述
- 5.5.2 中国代表茶饮企业出海渠道模式
- 5.6 中国茶饮企业海外营业情况
- 5.7 中国茶饮企业海外门店收入

5.8 中国茶饮企业海外战略合作

5.9 茶饮企业出海面临挑战分析

- 5.9.1 相似功能饮品的竞争挑战：茶与咖啡饮品功能高度相似
- 5.9.2 供应链构建挑战：供应链中心在国内，运营成本较高
- 5.9.3 本地市场运营挑战：面临高成本、严格法规和激烈竞争挑战

第6章：中国茶饮企业出海核心竞争力构建

6.1 中国茶饮企业海外市场拓展步骤

6.2 茶饮企业出海核心竞争力构建综述

6.3 茶饮出海核心竞争力：供应链能力（原料&物流）

- 6.3.1 茶饮供应链能力概述
 - 1、茶饮供应链环节
 - 2、茶饮本地化生产
 - 3、茶饮本地化仓储
- 6.3.2 茶饮全球化数字化供应链管理
- 6.3.3 茶饮全球供应链布局案例
 - 1、蜜雪冰城全球供应链布局情况
 - 2、喜茶全球供应链布局情况
- 6.3.4 代表品牌供应链管理评价

6.4 茶饮出海核心竞争力：渠道渗透力（外卖&堂食）

- 6.4.1 中国茶饮企业海外销售渠道分析
- 6.4.2 中国茶饮企业海外销售渠道分布
- 6.4.3 中国茶饮企业海外外卖市场概况
- 6.4.4 中国茶饮企业海外堂食市场概况

6.5 茶饮出海核心竞争力：产品创新力（本土化产品）

- 6.5.1 茶饮产品创新能力概述
 - 1、茶饮产品产品创新方向总结
 - 2、产品基底创新
 - （1）奶基底
 - （2）茶基底
 - （3）咖啡液
 - 3、产品配料
 - 4、产品风味
- 6.5.2 中国茶饮企业出海的本土化产品
 - 1、蜜雪冰城东南亚本土化产品
 - 2、喜茶欧美及东南亚本土化产品
 - 3、霸王茶姬东南亚本土化产品
 - 4、奈雪的茶欧美本土化产品
- 6.5.3 代表品牌产品本地化能力评价

6.6 茶饮出海核心竞争力：品牌建设力（营销&推广）

- 6.6.1 茶饮品牌建设能力概述
- 6.6.2 茶饮企业出海品牌形象建设方式
 - 1、文化融合与IP本土化
 - 2、社交媒体与私域运营
- 6.6.3 代表产品品牌与营销能力评价

第7章：中国茶饮出海地区分布及目标市场

7.1 中国茶饮企业海外营商环境评估

7.2 中国茶饮企业海外发展格局

7.3 中国茶饮出海目标市场：东南亚

- 7.3.1 东南亚茶饮营商环境
- 7.3.2 东南亚茶饮市场概况
- 7.3.3 东南亚茶饮竞争态势
- 7.3.4 东南亚茶饮市场潜力

7.4 中国茶饮出海目标市场：美国

- 7.4.1 美国茶饮营商环境
- 7.4.2 美国茶饮市场概况
- 7.4.3 美国茶饮竞争态势
- 7.4.4 美国茶饮市场潜力

7.5 中国茶饮出海目标市场：欧洲

- 7.5.1 欧洲茶饮营商环境

- 7.5.2 欧洲茶饮市场概况
- 7.5.3 欧洲茶饮竞争态势
- 7.5.4 欧洲茶饮市场潜力
- 7.6 中国茶饮出海目标市场：日韩**
 - 7.6.1 日韩茶饮营商环境
 - 7.6.2 日韩茶饮市场概况
 - 7.6.3 日韩茶饮竞争态势
 - 7.6.4 日韩茶饮市场潜力
- 7.7 中国茶饮企业出海目标市场战略地位分析**
- 第8章：中国茶饮出海品类分布及重点产品**
 - 8.1 海外茶饮市场细分品类需求特征分析**
 - 8.1.1 海外奶茶市场需求特征分析
 - 8.1.2 海外水果茶市场需求特征分析
 - 8.1.3 海外纯茶市场需求特征分析
 - 8.2 中国茶饮企业海外布局细分市场概况**
 - 8.3 中国茶饮出海细分品类：奶茶**
 - 8.3.1 奶茶概述
 - 8.3.2 奶茶企业及其产品
 - 8.3.3 奶茶市场发展现状
 - 8.3.4 奶茶竞争格局分析
 - 8.3.5 奶茶出海布局汇总
 - 8.4 中国茶饮出海细分品类：水果茶**
 - 8.4.1 水果茶概述
 - 8.4.2 水果茶企业及其产品
 - 8.4.3 水果茶市场发展现状
 - 8.4.4 水果茶竞争格局分析
 - 8.4.5 水果茶出海布局汇总
 - 8.5 中国茶饮出海细分品类：纯茶**
 - 8.5.1 纯茶概述
 - 8.5.2 纯茶企业及其产品
 - 8.5.3 纯茶市场发展现状
 - 8.5.4 纯茶出海布局汇总
- 第9章：中国茶饮出海品牌案例及经验借鉴**
 - 9.1 海外茶饮企业跨国经营经验借鉴**
 - 9.1.1 星巴克
 - 1、企业基本信息
 - 2、企业经营情况
 - 3、企业全球化布局现状
 - 4、企业全球化经验借鉴
 - 9.1.2 新加坡TWG Tea
 - 1、企业基本信息
 - 2、企业全球化布局现状
 - 3、企业全球化经验借鉴
 - 9.2 中国茶饮出海企业布局现状对比**
 - 9.3 中国茶饮企业出海布局案例分析**
 - 9.3.1 蜜雪冰城
 - 1、企业基本信息/出海历程/经营状况/业务结构
 - (1) 基本信息/出海历程
 - (2) 经营情况/营业收入
 - (3) 产品结构/主营业务
 - (4) 销售区域/空间布局
 - 2、企业茶饮出海产品/品牌形象建设/产品本土化
 - (1) 出海产品
 - (2) 产品本土化
 - (3) 海外品牌形象建设
 - 3、企业茶饮海外基地/仓储物流/全球化供应链
 - 4、企业茶饮出海布局路径/营销渠道
 - (1) 出海路径
 - (2) 营销方式

- 5、企业茶饮出海布局的战略/规划/优劣势分析
- 9.3.2 贡茶
 - 1、企业基本信息/出海历程/经营状况/业务结构
 - (1) 基本信息/出海历程
 - (2) 经营情况/营业收入
 - (3) 产品结构/主营业务
 - (4) 销售区域/空间布局
 - 2、企业茶饮出海产品
 - 3、企业茶饮全球化供应链
 - 4、企业茶饮出海布局路径
 - 5、企业茶饮出海布局的战略/规划/优劣势分析
- 9.3.3 日出茶太
 - 1、企业基本信息/出海历程/经营状况/业务结构
 - (1) 基本信息/出海历程
 - (2) 经营情况/营业收入
 - (3) 产品结构/主营业务
 - (4) 销售区域/空间布局
 - 2、企业茶饮产品本土化
 - 3、企业茶饮合规经营情况
 - 4、企业茶饮出海布局路径
 - 5、企业茶饮出海布局的战略/规划/优劣势分析
- 9.3.4 快乐柠檬
 - 1、企业基本信息/出海历程/经营状况/业务结构
 - (1) 基本信息/出海历程
 - (2) 经营情况/营业收入
 - (3) 产品结构/主营业务
 - 2、企业茶饮出海产品/品牌形象建设
 - (1) 出海产品
 - (2) 品牌形象建设
 - 3、企业茶饮全球化供应链
 - 4、企业茶饮出海布局路径
 - 5、企业茶饮出海布局的战略/规划/优劣势分析
- 9.3.5 一芳水果茶
 - 1、企业基本信息/出海历程/经营状况/业务结构
 - (1) 基本信息/出海历程
 - (2) 经营情况
 - (3) 产品结构/主营业务
 - 2、企业茶饮出海本土化
 - 3、企业茶饮全球化供应链
 - 4、企业茶饮出海布局路径
 - 5、企业茶饮出海布局的战略/规划/优劣势分析
- 9.3.6 霸王茶姬
 - 1、企业基本信息/出海历程/经营状况/业务结构
 - (1) 基本信息/出海历程
 - (2) 经营情况/营业收入
 - (3) 产品结构/主营业务
 - (4) 销售区域/空间布局
 - 2、企业茶饮出海产品/品牌形象建设/产品本土化
 - (1) 出海产品
 - (2) 品牌形象建设
 - 3、企业茶饮全球化供应链
 - 4、企业茶饮目标市场
 - 5、企业茶饮出海布局的战略/规划/优劣势分析
- 9.3.7 喜茶
 - 1、企业基本信息/出海历程/经营状况/业务结构
 - (1) 基本信息/出海历程
 - (2) 经营情况/营业收入
 - (3) 产品结构/主营业务
 - (4) 销售区域/空间布局

- 2、企业茶饮出海产品/品牌形象建设/产品本土化
 - (1) 出海产品
 - (2) 出海品牌形象建设
 - (3) 本土化
 - 3、企业海外合规经营情况
 - 4、企业茶饮全球化供应链
 - 5、企业茶饮出海布局路径
 - 6、企业茶饮出海布局的战略/规划/优劣势分析
- 9.3.8 茶百道
- 1、企业基本信息/出海历程/经营状况/业务结构
 - (1) 基本信息/出海历程
 - (2) 经营情况/营业收入
 - (3) 产品结构/主营业务
 - (4) 销售区域/空间布局
 - 2、企业茶饮出海产品/产品本土化
 - (1) 出海产品
 - (2) 产品本土化
 - 3、企业茶饮合规经营/海外员工管理
 - (1) 合规经营
 - (2) 海外员工管理
 - 4、企业茶饮全球化供应链
 - 5、企业茶饮出海布局路径
 - 6、企业茶饮出海布局的战略/规划/优劣势分析
- 9.3.9 歇脚亭Sharetea
- 1、企业基本信息/出海历程/经营状况/业务结构
 - (1) 基本信息/出海历程
 - (2) 经营情况/营业收入
 - (3) 产品结构/主营业务
 - (4) 销售区域/空间布局
 - 2、企业茶饮产品本土化
 - 3、企业茶饮全球化供应链
 - 4、企业茶饮出海布局路径
 - 5、企业茶饮出海布局的战略/规划/优劣势分析
- 9.3.10 CoCo都可
- 1、企业基本信息/出海历程/经营状况/业务结构
 - (1) 基本信息/出海历程
 - (2) 经营情况/营业收入
 - (3) 产品结构/主营业务
 - (4) 销售区域/空间布局
 - 2、企业茶饮出海产品本土化
 - 3、企业茶饮全球化供应链
 - 4、企业茶饮出海布局路径
 - 5、企业茶饮出海布局的战略/规划/优劣势分析

——机遇篇——

第10章：海外茶饮行业宏观环境/PEST/SWOT

10.1 海外茶饮行业宏观环境分析

10.1.1 海外茶饮行业经济环境分析

- 1、美国经济环境概况
- 2、日本经济环境概况
- 3、欧洲经济环境概况

10.1.2 海外茶饮行业社会环境分析

- 1、全球人口规模
- 2、健康饮食习惯

10.2 海外茶饮行业PEST环境总结

10.3 海外茶饮行业SWOT分析图

第11章：中国茶饮出海市场潜力及发展趋势

11.1 中国茶饮企业出海布局市场潜力评估

11.2 中国茶饮企业出海布局市场前景预测

11.3 中国茶饮企业出海布局发展趋势洞悉

- 11.3.1 中国茶饮企业出海布局整体趋势
- 11.3.2 中国茶饮企业出海监管规范趋势
- 11.3.3 中国茶饮企业出海产品创新趋势
 - 1、零卡糖、健康化成为全球茶饮消费新趋势
 - 2、平衡产品本土化和差异化，提升品牌适应性和竞争力
- 11.3.4 中国茶饮企业出海供应链建设趋势
- 11.3.5 中国茶饮企业出海技术创新趋势

第12章：中国茶饮出海投资机遇及进入建议

- 12.1 中国茶饮企业出海潜在风险因素分析
- 12.2 中国茶饮企业出海投资机遇分析——全产业链配套
 - 12.2.1 原材料供应链的本土化与优化
 - 12.2.2 数字化供应链与智能化管理
 - 12.2.3 本地化人才与培训体系的建设
 - 12.2.4 品牌推广与市场拓展投资
 - 12.2.5 物流和仓储系统的建设
- 12.3 中国茶饮企业出海投资机遇分析——细分领域布局
 - 12.3.1 花茶与草本茶
 - 12.3.2 茶气泡饮
 - 12.3.3 功能性茶饮
 - 12.3.4 高端茶饮与茶道文化体验
 - 12.3.5 植物基茶饮
- 12.4 中国茶饮企业出海投资机遇分析——区域布局
 - 12.4.1 优势区域
 - 12.4.2 潜力区域
 - 12.4.3 布局总结
- 12.5 基于营商环境的茶饮海外市场进入建议
 - 12.5.1 市场选择与区域策略
 - 12.5.2 供应链与成本管理
 - 12.5.3 政策合规与风险管理
 - 12.5.4 品牌营销与消费者触达
- 12.6 中国茶饮企业出海布局投资策略建议

图表目录

- 图表1：茶饮的分类
- 图表2：《国民经济行业分类与代码》中茶饮行业归属
- 图表3：全球茶饮产业分工及产业链条
- 图表4：全球茶饮产业链生态全景图谱
- 图表5：全球茶饮产业链区域热力地图
- 图表6：国内外茶饮市场监管体系概况
- 图表7：国内外茶饮产业市场准入制度
- 图表8：国外茶饮技术标准
- 图表9：中国茶饮代表性技术标准汇总
- 图表10：中国茶饮出口技术性贸易壁垒
- 图表11：中国茶饮行业发展历程
- 图表12：2018-2024年中国现制茶饮市场规模（单位：亿元）
- 图表13：中国茶饮市场参与者类型
- 图表14：中国茶饮出海参与者类型
- 图表15：2010-2025年中国茶饮行业历年新增注册企业数量（单位：家）
- 图表16：中国茶饮主要企业产品布局
- 图表17：2024年中国茶饮主要企业水果使用情况（单位：%）
- 图表18：2024年中国茶饮主要企业茶叶使用情况（单位：%）
- 图表19：2024年中国茶饮主要企业乳产品使用情况（单位：%）
- 图表20：中国茶饮主要企业IP联名
- 图表21：2024年中国茶饮主要产品品类数量占比（单位：%）
- 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年中国茶饮主要品牌全国门店数量对比 (单位: 家)
- 图表24: 中国茶饮直营模式与加盟模式对比分析 (单位: 元/杯)
- 图表25: 2024年中国茶饮直营模式与加盟模式门店数量 (单位: 家)
- 图表26: 中国茶饮市场流通渠道
- 图表27: 2022H1-2023H1美团平台茶饮订单变化趋势 (单位: %)
- 图表28: 2023年中国不同城市每万人茶饮门店数量 (单位: 家)
- 图表29: 2019-2024年中国现制茶饮总交易笔数 (亿笔)
- 图表30: 2024年中国茶饮门店客单价分布 (单位: %)
- 图表31: 中国茶饮同业竞争程度
- 图表32: 中国茶饮竞争梯队分布
- 图表33: 2024年中国茶饮市场竞争格局—按市场份额 (单位: %)
- 图表34: 2024年中国茶饮市场竞争格局—按市场份额 (单位: %)
- 图表35: 2024年中国茶饮市场CR5 (单位: %)
- 图表36: 2020-2024年代表性茶饮上市公司毛利率情况 (单位: %)
- 图表37: 中国茶叶及相关产品适用海关编码
- 图表38: 2018-2024年中国茶叶及相关产品进出口总体情况 (单位: 亿美元)
- 图表39: 2018-2024年中国茶叶行业进口数量变化 (单位: 万吨)
- 图表40: 2018-2024年中国茶叶行业进口总额变化 (单位: 亿美元)
- 图表41: 2018-2024年中国茶叶行业进口均价 (单位: 美元/千克)
- 图表42: 2024年中国茶叶行业主要进口国家/地区 (单位: %)
- 图表43: 2018-2024年中国茶叶行业出口数量变化 (单位: 万吨)
- 图表44: 2018-2024年中国茶叶行业出口总额变化 (单位: 亿美元)
- 图表45: 2023-2024年中国茶叶及相关产品的出口情况 (单位: 万吨)
- 图表46: 2024年中国茶叶及相关产品的出口目标市场 (单位: %)
- 图表47: 全球及中国茶饮行业发展程度/阶段对比
- 图表48: 2023-2024年全球及中国茶饮行业市场规模/体量对比 (单位: 亿美元)
- 图表49: 全球及中国茶饮行业主要品牌门店数量 (单位: 家)
- 图表50: 2024年全球主要国家茶饮零售量 (单位: 万吨)
- 图表51: 2023年全球主要国家茶饮人均消费量 (单位: 千克)
- 图表52: 全球及中国茶饮典型企业/产品布局对比
- 图表53: 2023年全球茶饮区域发展格局 (按照收入规模) (单位: %)
- 图表54: 2024年中国茶饮在全球茶饮市场规模中的占比 (单位: %)
- 图表55: 2024年全球现制茶饮企业营收排名 (单位: 亿元)
- 图表56: 中国茶饮企业出海布局动因
- 图表57: 中国企业出海驱动因素调研 (单位: %)
- 图表58: 中国茶饮企业加速出海布局动因
- 图表59: 2018-2025年中国餐饮连锁化率 (单位: %)
- 图表60: 2024年中国餐饮各细分产品连锁化率情况 (单位: %)
- 图表61: 2024年中国茶饮品牌上新数量与上新频次情况 (单位: 款, 次/月)
- 图表62: 截至2025年中国茶饮品牌客单价分布情况 (单位: 元)
- 图表63: 2022-2024年中国饮品赛道消费均价变化情况 (单位: 元, %)
- 图表64: 2023-2024年中国餐饮服务人员平均招聘薪酬 (单位: 元/月, %)
- 图表65: 中国茶饮出海东南亚市场需求分析
- 图表66: 基于东南亚市场的需求特征中国代表茶饮品牌的布局分析
- 图表67: 中国茶饮出海欧美市场差异化布局
- 图表68: 基于欧美市场的需求特征中国代表茶饮品牌的布局分析
- 图表69: 截至2025年中国海外华人华侨及留学生群体规模情况 (单位: 万人)
- 图表70: 2006-2024年中国部分关于助推中国餐饮出海的政策及文件
- 图表71: 2020-2024年中国部分关于助推中国跨境电商的政策及文件
- 图表72: 2018-2024年中国对外投资变化情况 (单位: 亿美元)
- 图表73: 2015-2023年中国对外直接投资流量占全球对外投资额的比例 (单位: %)
- 图表74: 中国对外直接投资区域分布 (按照投资流量) (单位: %)
- 图表75: 中国对外直接投资区域分布 (按照投资存量) (单位: %)
- 图表76: 中国对外直接投资行业构成 (按照投资存量) (单位: 亿美元)
- 图表77: 中国茶饮的品类与文化底蕴优势
- 图表78: 中国茶饮成熟的供应链与成本控制能力优势
- 图表79: 中国茶饮出海主要模式/渠道概述
- 图表80: 中国代表性茶饮品牌出海策略
- 图表81: 中国代表性茶饮品牌出海策略

- 图表82: 中国代表茶饮海外布局阶段
图表83: 中国代表茶饮海外布局目标情况
图表84: 截至2025年中国茶饮企业出海门店数量 (单位: 家)
图表85: 截至2025年中国茶饮跨境投融资事件汇总
图表86: 截至2025年中国茶饮境外上市品牌汇总
图表87: 中国茶饮企业出海渠道模式概述
图表88: 中国茶饮企业出海渠道模式
图表89: 2024年全国出海的餐饮品牌覆盖赛道情况
图表90: 截至2025年部分茶饮品牌海外在业门店覆盖的国家和地区总数 (单位: 个)
图表91: 2021-2024年中国茶饮企业海外门店收入 (以蜜雪冰城为例) (单位: 亿元, %)
图表92: 中国茶饮企业海外战略合作的主要方式
图表93: 中国茶饮企业海外战略合作案例
图表94: 茶饮与咖啡饮品在制作环节的相似之处
图表95: 茶饮与咖啡饮品中咖啡因含量 (单位: mg/中杯)
图表96: 海外市场茶饮与咖啡饮品竞争所面临的挑战
图表97: 蜜雪冰城主营业务成本构成 (单位: %)
图表98: 中国茶饮企业海外市场拓展步骤
图表99: 中国茶饮出海企业五大核心竞争力
图表100: 茶饮行业的供应链环节概况
图表101: 中国茶饮企业出海本地化生产的战略优势
图表102: 中国茶饮企业出海本地化生产布局方式
图表103: 中国茶饮企业出海本地化仓储的优势分析
图表104: 茶饮全球化数字化供应链管理架构
图表105: 中国茶饮企业出海供应链数字化布局方式分析
图表106: 蜜雪冰城全球采购网络覆盖
图表107: 中国茶饮企业出海代表品牌供应链管理评价
图表108: 中国茶饮企业海外销售渠道分析
图表109: 中国茶饮企业海外销售渠道分布
图表110: 中国茶饮企业海外外卖市场概况
图表111: 中国茶饮企业海外堂食市场概况
图表112: 茶饮产品产品创新方向总结
图表113: 2024年茶饮新品不同奶基底的使用情况 (单位: %)
图表114: 2024年茶饮新品中生乳及乳制品的使用情况 (单位: %)
图表115: 中国茶饮市场使用了生乳及乳制品基底饮品创新概念
图表116: 2024年茶饮新品中植物基底乳的使用情况 (单位: %)
图表117: 中国茶饮市场使用了植物基底乳饮品创新概念
图表118: 2024年茶饮新品中不同茶基底的使用情况 (单位: %)
图表119: 中国茶饮产品配料创新方向
图表120: 中国茶饮产品创新产品风味方向
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!