2026-2031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能力评价
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12：2019-2025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17：2025年中国茶饮主要企业水果使用情况（单位：%）
图表18：2025年中国茶饮主要企业茶叶使用情况（单位：%）
图表19：2025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21：2025年中国茶饮主要产品品类数量占比（单位：%）
图表22：2021-2025年中国在业新式茶饮门店数量（单位：万家）

图表23：2025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25：2025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27：2022-2025年美团平台茶饮订单变化趋势（单位：%）
图表28：2025年中国不同城市每万人茶饮门店数量（单位：家）
图表29：2020-2025年中国现制茶饮总交易笔数（亿笔）
图表30：2025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33：2025年中国茶饮市场竞争格局—按市场份额（单位：%）
图表34：2025年中国茶饮市场竞争格局—按市场份额（单位：%）
图表35：2025年中国茶饮市场CR5（单位：%）
图表36：2021-2025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38：2019-2025年中国茶叶及相关产品进出口总体情况（单位：亿美元）
图表39：2019-2025年中国茶叶行业进口数量变化（单位：万吨）
图表40：2019-2025年中国茶叶行业进口总额变化（单位：亿美元）
图表41：2019-2025年中国茶叶行业进口均价（单位：美元/千克）
图表42：2025年中国茶叶行业主要进口国家/地区（单位：%）
图表43：2019-2025年中国茶叶行业出口数量变化（单位：万吨）
图表44：2019-2025年中国茶叶行业出口总额变化（单位：亿美元）
图表45：2023-2025年中国茶叶及相关产品的出口情况（单位：万吨）
图表46：2025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48：2023-2025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50：2025年全球主要国家茶饮零售量（单位：万吨）
图表51：2025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53：2025年全球茶饮区域发展格局（按照收入规模）（单位：%）
图表54：2025年中国茶饮在全球茶饮市场规模中的占比（单位：%）
图表55：2025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60：2025年中国餐饮各细分产品连锁化率情况（单位：%）
图表61：2025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63：2022-2025年中国饮品赛道消费均价变化情况（单位：元，%）
图表64：2023-2025年中国餐饮服务员平均招聘薪酬（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70：2007-2025年中国部分关于助推中国餐饮出海的政策及文件
图表71：2021-2025年中国部分关于助推中国跨境电商的政策及文件
图表72：2019-2025年中国对外投资变化情况（单位：亿美元）
图表73：2017-2025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89：2025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91：2021-2025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：m/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能力评价
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113：2025年茶饮新品不同奶基底的使用情况（单位：%）
图表114：2025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116：2025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118：2025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！