2026-2031年全球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区别
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、监管体制
2、监管机构
1.4.2 新式茶饮行业标准体系及建设进程
1、标准建设
2、《现制饮料操作规范》
3、《茶类饮料系列团体标准》
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 本报告研究方法及统计标准
——现状篇——
第2章：全球新式茶饮市场及中国茶饮出海
2.1 全球新式茶饮市场需求分析
2.2 中国新式茶饮出海情况汇总
2.3 中国主要茶饮品牌出海布局
2.3.1 喜茶
1、出海时间
2、分布国家/地区/首站国家
3、国内门店数量
4、国外门店数量
5、海外布局策略
2.3.2 奈雪的茶
1、出海时间
2、分布国家/地区/首站国家
3、国内门店数量
4、国外门店数量
5、海外布局策略
2.3.3 CoCo都可
1、出海时间
2、分布国家/地区/首站国家
3、国内门店数量
4、国外门店数量
5、海外布局策略
2.3.4 蜜雪冰城
1、出海时间
2、分布国家/地区/首站国家
3、国内门店数量
4、国外门店数量
5、海外布局策略
2.3.5 霸王茶姬
1、出海时间
2、分布国家/地区/首站国家
3、国内门店数量

4、国外门店数量
5、海外布局策略
2.3.6 鹿角巷
1、出海时间
2、分布国家/地区/首站国家
3、国内门店数量
4、国外门店数量
5、海外布局策略
2.3.7 书亦烧仙草
1、出海时间
2、分布国家/地区/首站国家
3、国内门店数量
4、国外门店数量
5、海外布局策略
2.3.8 快乐柠檬
1、出海时间
2、分布国家/地区/首站国家
3、国内门店数量
4、国外门店数量
5、海外布局策略
2.3.9 简鹿糖水铺
1、出海时间
2、分布国家/地区/首站国家
3、国内门店数量
4、国外门店数量
5、海外布局策略
2.3.10 幸福堂
2.4 中国新式茶饮出海主要区域市场分析
2.4.1 东南亚
2.4.2 北美
2.4.3 欧洲
2.5 中国新式茶饮借助TikTok开拓海外市场
2.6 国外新式茶饮品牌案例
2.6.1 新加坡TWG Tea
2.6.2 日出茶太Chatime
2.7 新式茶饮出海布局策略
2.7.1 产品“本地化”
2.7.2 营销“本地化”
2.7.3 供应链“本地化”
2.7.4 运营管理“本地化”
2.8 全球新式茶饮市场容量分析
2.9 中国茶饮出海的机遇与挑战分析
第3章：中国新式茶饮行业发展现状及规模
3.1 中国新式茶饮发展历程
3.2 中国新式茶饮市场主体
3.2.1 新式茶饮市场主体类型
3.2.2 新式茶饮企业进场方式
3.2.3 新式茶饮注册/存续企业
3.3 中国新式茶饮门店数量
3.3.1 中国现制茶饮门店数量
3.3.2 中国新式茶饮门店数量
3.3.3 头部品牌门店数量
3.4 中国新式茶饮产品研发及包装设计
3.4.1 新式茶饮产品研发
3.4.2 新式茶饮包装设计
3.4.3 新式茶饮品牌形象
3.4.4 新式茶饮产品定价
3.5 中国新式茶饮行业消费者画像
3.5.1 客户性别结构

3.5.2 客户年龄结构
3.5.3 客户收入水平
3.6 中国新式茶饮市场需求现状
3.6.1 消费场景
3.6.2 消费频率
3.6.3 消费量
3.6.4 消费价格偏好
3.6.5 消费行为特征总结
3.7 中国新式茶饮行业市场规模体量
3.8 中国新式茶饮行业经济特性分析
3.9 中国新式茶饮行业发展痛点及挑战
3.9.1 新式茶饮行业存在的痛点分析
3.9.2 新式茶饮行业痛点解决路径分析
第4章：中国新式茶饮行业竞争状况及格局
4.1 新式茶饮竞争者入场及战略布局
4.1.1 新式茶饮竞争者入场进程
4.1.2 新式茶饮竞争者集群分布
4.1.3 新式茶饮竞争者区域热力图
4.1.4 新式茶饮竞争者战略布局状况
4.2 新式茶饮市场竞争格局
4.2.1 新式茶饮行业市场竞争态势
4.2.2 新式茶饮行业市场竞争格局
4.2.3 新式茶饮行业市场集中度
4.3 新式茶饮波特五力模型
4.4.1 新式茶饮行业供应商的议价能力
4.3.2 新式茶饮行业消费者的议价能力
4.3.3 新式茶饮行业新进入者威胁分析
4.3.4 新式茶饮行业替代品威胁分析
4.3.5 新式茶饮行业现有企业竞争情况
4.3.6 新式茶饮行业竞争状态总结
4.4 新式茶饮融资情况
4.5 新式茶饮并购重组
4.6 新式茶饮IPO动态
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、区域分布
3、产量
5、价格
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、供需
2、竞争

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/椰子水/厚椰乳
2、珍珠粉圆
3、风味冻
4、谷物、燕麦、红豆
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、制冷设备及冷藏展示柜
2、净水器
3、制冰机
4、沙冰机
5、封口机
6、开水器
7、咖啡机
8、奶泡器
5.7.4 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
6.1.1 新式茶饮细分市场现状
6.1.2 新式茶饮细分市场结构
6.1.3 新式茶饮消费偏好变迁
6.2 新式茶饮细分市场：新式奶茶
6.2.1 新式奶茶概述
6.2.2 新式奶茶市场概况（主要品类及价格）
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
6.3.2 新式水果茶市场概况（主要品类及价格）
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（主要品类及价格）
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（主要品类及价格）
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（主要品类及价格）
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
6.7.2 冷萃茶
6.7.3 芝士奶盖
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
7.2 中国新式茶饮消费区域分布

7.3 一线城市仍为企业布局重点
7.4 重点区域市场：深圳
7.4.1 新式茶饮消费环境
7.4.2 新式茶饮品牌布局
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
7.5.2 新式茶饮品牌布局
7.5.3 新式茶饮消费特征
7.6 重点区域市场：广州
7.6.1 新式茶饮消费环境
7.6.2 新式茶饮品牌布局
7.6.3 新式茶饮消费特征
7.7 重点区域市场：北京
7.7.1 新式茶饮消费环境
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
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 中国新式茶饮品牌梳理与对比
8.2 中国新式茶饮品牌案例分析（不分先后，可指定）
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
（1）供应链管理
（2）产品策略
（3）价格策略
（4）营销策略
（5）会员制度
7、品牌发展SWOT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、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
（1）供应链管理
（2）产品策略
（3）价格策略
（4）营销策略
（5）会员制度
7、品牌发展SWOT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、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
（1）供应链管理
（2）产品策略

（3）价格策略
（4）营销策略
（5）会员制度
7、品牌发展SWOT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、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
（1）供应链管理
（2）产品策略
（3）价格策略
（4）营销策略
（5）会员制度
7、品牌发展SWOT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、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
（1）供应链管理
（2）产品策略
（3）价格策略
（4）营销策略
（5）会员制度
7、品牌发展SWOT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、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
（1）供应链管理
（2）产品策略
（3）价格策略
（4）营销策略
（5）会员制度
7、品牌发展SWOT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、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
（1）供应链管理
（2）产品策略
（3）价格策略
（4）营销策略
（5）会员制度
7、品牌发展SWOT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、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
（1）供应链管理
（2）产品策略
（3）价格策略
（4）营销策略
（5）会员制度
7、品牌发展SWOT分析
8.2.9 喜茶——深圳美西西餐饮管理有限公司
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、渠道布局及竞争策略
6、品牌融资及并购情况
7、品牌商业模式解析
（1）供应链管理
（2）产品策略
（3）价格策略
（4）渠道管理
（5）营销策略
（6）会员制度
8、品牌发展SWOT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、渠道布局及竞争策略
6、品牌融资及并购情况
7、品牌商业模式解析
（1）供应链管理
（2）产品策略
（3）价格策略
（4）渠道管理
（5）营销策略
（6）会员制度
8、品牌发展SWOT分析
8.2.11 贡茶——深圳市奶盖贡茶餐饮管理有限公司
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、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
（1）供应链管理
（2）产品策略
（3）价格策略
（4）营销策略
（5）会员制度
7、品牌发展SWOT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、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
（1）供应链管理
（2）产品策略
（3）价格策略
（4）营销策略
（5）会员制度
7、品牌发展SWOT分析
——展望篇——
第9章：中国新式茶饮行业发展环境洞察&SWOT分析
9.1 中国新式茶饮行业经济（Economy）环境分析
9.1.1 中国宏观经济发展现状
9.1.2 中国宏观经济发展展望
9.1.3 新式茶饮行业发展与宏观经济相关性分析
9.2 中国新式茶饮行业社会（Society）环境分析
9.2.1 中国新式茶饮行业社会环境分析
1、人口规模
2、人口结构
3、城镇化水平
9.2.2 消费升级趋势分析及对新式茶饮的影响
9.2.3 社会环境对新式茶饮行业发展的影响总结
9.3 中国新式茶饮行业政策（Policy）环境分析
9.3.1 国家层面新式茶饮行业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类）
9.3.2 地方层面新式茶饮行业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类）
9.3.3 国家重点规划/政策对新式茶饮行业发展的影响
9.3.4 政策环境对新式茶饮行业发展的影响总结
9.4 中国新式茶饮行业SWOT分析（优势/劣势/机会/威胁）
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 中国新式茶饮行业未来关键增长点
10.3 中国新式茶饮行业发展前景预测（未来5年预测）
10.4 中国新式茶饮行业发展趋势洞悉
10.4.1 市场竞争趋势
10.4.2 产品创新趋势
10.4.3 细分市场趋势
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
11.3.4 新式茶饮产业空白点投资机会
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：新式茶饮的特点
图表4：本报告研究领域所处行业（一）
图表5：本报告研究领域所处行业（二）
图表6：本报告研究范围界定

图表7：中国新式茶饮行业监管体系结构示意图
图表8：中国新式茶饮行业监管机构及其职能
图表9：中国新式茶饮行业标准体系框架&建设进程
图表10：中国新式茶饮行业现行&即将实施标准汇总
图表11：中国新式茶饮行业重点标准及其影响解读
图表12：本报告权威数据资料来源汇总
图表13：本报告的主要研究方法及统计标准说明
图表14：中国新式茶饮出海情况汇总
图表15：新式茶饮出海布局策略
图表16：全球新式茶饮市场容量分析
图表17：中国新式茶饮出海的机遇与挑战分析
图表18：中国新式茶饮发展历程
图表19：中国现制茶饮行业市场发展历程
图表20：新式茶饮市场主体类型
图表21：新式茶饮企业进场方式
图表22：2019-2025年中国现制茶饮门店数量增长情况统计（单位：万家）
图表23：部分新式茶饮品牌门店变化情况（单位：家）
图表24：新式茶饮代表品牌研发情况
图表25：主要新式茶饮产品价格（单位：元）
图表26：新式茶饮消费人群性别分布（单位：%）
图表27：新式茶饮消费人群年龄代际分布（单位：%）
图表28：新式茶饮消费者每月可支配收入分布（单位：%）
图表29：中国新式茶饮行业消费场景分析
图表30：消费者月均购茶数量（单位：%）
图表31：消费者月均购茶频率（单位：%）
图表32：新式茶饮消费者月均消费数量分布（单位：%）
图表33：新式茶饮消费者月均购茶频率分布（单位：%）
图表34：2019-2025年中国现制茶饮消费量（单位：亿杯）
图表35：新式茶饮消费者单品价格偏好占比（单位：%）
图表36：新式茶饮消费者月平均茶饮消费额（单位：%）
图表37：新式茶饮消费者单品价格偏好占比（单位：%）
图表38：新式茶饮消费者月均消费额分布（单位：%）
图表39：中国新式茶饮消费行为特征总结
图表40：中国现制茶饮市场规模测算（单位：万家、杯、元、亿元）
图表41：2019-2025年中国现制茶饮市场规模（单位：亿元）
图表42：中国现制茶饮市场结构（单位：%）
图表43：中国新式茶饮行业经济特性分析
图表44：中国新式茶饮行业发展痛点及挑战
图表45：新式茶饮行业发展痛点分析
图表46：新式茶饮行业痛点解决路径分析
图表47：新式茶饮竞争者入场进程
图表48：新式茶饮企业战略集群状况
图表49：新式茶饮竞争者区域分布热力图
图表50：新式茶饮竞争者发展战略布局状况
图表51：新式茶饮市场竞争态势
图表52：新式茶饮市场竞争格局
图表53：新式茶饮市场集中度
图表54：新式茶饮行业供应商的议价能力
图表55：新式茶饮行业消费者的议价能力
图表56：新式茶饮行业新进入者威胁
图表57：新式茶饮行业替代品威胁
图表58：新式茶饮行业现有企业竞争
图表59：新式茶饮行业竞争状态总结
图表60：新式茶饮行业产业链
图表61：新式茶饮产业链生态图谱
图表62：新式茶饮产业链区域热力图
图表63：某头部品牌茶饮店运营成本
图表64：某头部品牌茶饮店食材成本
图表65：某头部品牌茶饮每杯茶饮成本构成（单位：%）

图表66：新式茶饮原材料市场发展现状
图表67：2015-2025年中国茶叶产量（单位：万吨，%）
图表68：对新式茶饮行业的影响分析
图表69：新式茶饮辅料市场发展现状
图表70：对新式茶饮行业的影响分析
图表71：对新式茶饮行业的影响分析
图表72：新式茶饮行业细分市场现状
图表73：新式茶饮行业细分市场结构
图表74：消费者新式茶饮种类偏好（单位：%）
图表75：喜茶黑糖珍珠鲜奶特点
图表76：新式珍珠奶茶种类举例（单位：元）
图表77：新式珍珠奶茶及传统珍珠奶茶主要品牌
图表78：喜茶水果茶示意图
图表79：主要网红水果茶分类（单位：元）
图表80：参与评测网红水果茶主要指标对比（单位：g，块）
图表81：新式混合茶竞争格局
图表82：新式纯茶市场概况
图表83：新式纯茶竞争格局
图表84：芝士奶盖茶示意图
图表85：芝士奶盖茶种类举例（单位：元）
图表86：新式芝士奶盖茶及传统奶盖茶主要品牌
图表87：中国新式茶饮行业细分市场战略地位分析
图表88：喜茶、奈雪门店分布情况（单位：家，%）
图表89：新式茶饮消费者地区分布（单位：%）
图表90：中国各省市新式茶饮门店热力分布图
图表91：中国新式茶饮品牌梳理与对比
图表92：深圳美西西餐饮管理有限公司（喜茶）综合信息表
图表93：喜茶门店开设情况（单位：个，家）
图表94：喜茶点单量增长最快的五款产品情况（单位：%）
图表95：喜茶渠道分布（单位：%）
图表96：喜茶融资情况
图表97：喜茶商业模式分析
图表98：喜茶发展优劣势分析
图表99：喜茶发展前景与挑战分析
图表100：深圳市品道餐饮管理有限公司（奈雪的茶）综合信息表
图表101：奈雪的茶门店数量变化情况（单位：个，家）
图表102：奈雪的茶的产品构成
图表103：奈雪线上线下渠道占比（单位：%）
图表104：奈雪的茶融资情况
图表105：奈雪的茶商业模式分析
图表106：奈雪的茶发展优劣势分析
图表107：奈雪的茶发展前景与挑战分析
图表108：中国宏观经济发展现状
图表109：中国宏观经济发展展望
图表110：新式茶饮行业发展与宏观经济相关性分析
图表111：中国新式茶饮行业社会环境分析
图表112：中国居民人均可支配收入情况（单位：元）
图表113：中国居民人均消费支出情况（单位：元）
图表114：中国品质人群消费观认同情况（单位：%）
图表115：传统奶茶店与新式茶饮店装修对比
图表116：社会环境对新式茶饮行业发展的影响总结
图表117：截至2025年中国新式茶饮行业发展政策汇总
图表118：截至2025年中国新式茶饮行业发展规划汇总
图表119：31省市新式茶饮行业政策规划汇总
图表120：31省市新式茶饮行业发展目标解读
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！