

## 2025-2030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&amp;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
    - 4.3.1 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: 2018-2024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: 2018-2024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: 2018-2024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: 2014-2024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2024年中国新式茶饮行业发展政策汇总
- 图表118: 截至2024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](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！