

2021年中国新式茶饮市场分析报告- 产业供需现状与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国新式茶饮市场分析报告-产业供需现状与发展趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/543716543716.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

据悉，霸王茶姬在上半年连续完成超过3亿元A轮和B轮融资。A轮融资由XVC和复星联合领投；B轮融资由琮碧秋实领投，XVC跟投。众所周知，以95后为主的Z世代消费群体，在中华文化遗产上表现出强烈的热衷。以“国风”为关键词的消费品牌也异军突起，尤其是新兴茶饮赛道。长沙跑出了茶颜悦色，而云南的霸王茶姬也正在成为另一个地域性浪潮。不同于茶颜悦色的是，霸王茶姬的“野心”更大，从成立的第一天起，霸王茶姬的愿景就是把东方茶饮带到100个国家，像星巴克一样，做东方茶饮文化代表。

新式茶饮是指将中国传统优质茶叶辅以不同的萃取方式提取的浓缩液为茶底，并加入新鲜牛奶、进口奶油、天然动物奶油或各种新鲜水果调制而成的饮料。目前市面上的新式茶饮以奶盖茶和水果茶为主。与传统现制茶饮不同，新式茶饮注重产品原料选择和搭配的多元化，通过创新生产工艺，加强门店运营管理来提高产品品质和服务质量，进而打造自有品牌文化和品牌价值，同时通过时髦、舒适的门店装修为消费者提供所需的社交场所，使产品具社交价值和休闲价值的双重属性。

新式茶饮与传统茶饮的区别

区别

新式茶饮

传统茶饮

制作工艺

新式茶饮原材料在品质上注重健康，不使用茶粉和植脂末，选择用原叶茶、鲜奶和新鲜水果，同时创新原料萃取技术，使得产品更加多样化。

传统茶饮以茶叶冲泡和“茶粉+奶精”调配而成

店面装修

新式茶饮普遍选择进驻商场，或者毗邻写字楼，店面装修精致时尚，可以作为消费者的社交场所

传统茶饮以街边店居多，店面装修较为简单，通常以外带为主

营销方式

新式茶饮注重线上营销渠道，借助新媒体进行品牌营销，通过内容营销扩大品牌的影响力

传统茶饮主要以传单宣传的方式为主

产品定位

新式茶饮定位为具有社交属性的高端饮品，产品定价较高

传统茶饮定位为饮品，产品定价较低资料来源：观研天下整理

根据观研报告网发布的《2021年中国新式茶饮市场分析报告-产业供需现状与发展趋势研究》，随着我国消费者消费能力的提升，人们对饮品口感要求不断提高，新式茶饮相较于传统茶饮口感更好、选择更加丰富因为备受消费者青睐。根据数据显示，2021年我国有76

%的消费者每周都购买新式茶饮。

2021年我国消费者购买新式茶饮消费频率情况 数据来源：观研天下整理

人们对食品健康要求的提升使得主打更有品质的茶基和更为健康的配料的新式茶饮在短期内实现弯道超车，我国新式茶饮市场快速爆发。根据数据显示，2019年我国新式茶饮市场规模达2044.8亿元，2020年我国新式茶饮市场规模达1840.3亿元，同比下降10%；预计2021年我国新式茶饮市场规模可达2795.9亿元。

2016-2021年我国新式茶饮市场规模、增速及预测 数据来源：观研天下整理

新式茶饮店除了销售新式茶饮外，同时还销售烘焙产品等其他交叉销售产品。其中，平均售价不低于20元的高端新式茶饮市场正在大幅增长。根据观研报告网发布的资料显示，2020年中国高端新式茶饮店销售总额为152亿元(包括新式茶饮及烘焙产品等其他销售产品)，2015-2020年的复合增长率高达80.2%。

2015-2020年我国高端新式茶饮市场规模及增速 数据来源：观研天下整理

随着移动互联网及手机支付的普及以及我国餐饮业的持续数字化进程，通过外卖服务的现制茶饮产品的零售额快速增长。根据数据显示，我国茶饮外卖服务消费价值由2015年的7亿元增加至2020年的284亿元；我国现制茶饮产品外卖占零售消费总值的比重由1.7%增至25%。

2015-2020年我国现制茶饮外卖零售额及其占比情况 数据来源：观研天下整理

我国新式茶饮行业在这几年快速扩张后，发展步伐迅速。我国新式茶饮行业发展速度迅猛，大量资本的投入，有机会使得新式茶饮在口味、工艺、覆盖区域上冲破瓶颈，达到一个新的高度。根据数据显示，2021年1-8月投资数量已达87起，投资金额达179.2亿。

2021年1-8月我国新式茶饮行业投融资数量及金额 数据来源：观研天下整理

新式现制茶饮相较于传统茶饮所做出的升级与创新使得新式现制茶饮的功能多样化，从而带动了我国新式茶饮消费的发展。其主要表现在产品原料、饮品外观以及场景三个方面，而场景又可分为线上和线下两个场景，当前线下门店消费场景为主要的销售渠道。

新式茶饮行业发展趋势

趋势

主要内容

数字化运营将进一步加速发展

新式茶饮的数字化是以数字化管理为核心，进行全链路的数字化搭建。在这场数字化转型中变化最大的是消费者通过数字化渠道如小程序、APP、第三方平台的线上下单方式。未来随着新式茶饮市场规模的逐渐扩大，数字化运营将进一步加速发展。

高端新式茶饮市场潜力巨大

目前，新式茶饮主要定位消费群体为新一代年轻消费人群，年龄主要集中在20-40岁之间。缺少面向儿童或老年人产品系列。未来新式茶饮将推出更多营养系列、养生系列产品，面向老年市场和儿童市场。例如针对老年人开发的养生系列茶饮，预估定价属于高端消费价位，

预测未来这块市场是商家必争之地。

高端新式茶饮市场潜力巨大

国高端新式茶饮点产生的新式茶饮及烘焙产品等产品的零售消费价值约为152亿元，2025年预计将达623亿元，复合增长率约为 32.7%。2020-2025年，我国高端新式茶饮市场规模占新式茶饮市场规模比重将从13.4%增至18.3%，高端新式茶饮的市场潜力巨大。资料来源：观研天下整理（TJL）

观研报告网发布的《2021年中国新式茶饮市场分析报告-产业供需现状与发展趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国新式茶饮行业发展概述

第一节 新式茶饮行业发展情况概述

- 一、新式茶饮行业相关定义
- 二、新式茶饮行业基本情况介绍
- 三、新式茶饮行业发展特点分析

四、新式茶饮行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、新式茶饮行业需求主体分析

第二节 中国新式茶饮行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、新式茶饮行业产业链条分析

三、产业链运行机制

（1）沟通协调机制

（2）风险分配机制

（3）竞争协调机制

四、中国新式茶饮行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国新式茶饮行业生命周期分析

一、新式茶饮行业生命周期理论概述

二、新式茶饮行业所属的生命周期分析

第四节 新式茶饮行业经济指标分析

一、新式茶饮行业的赢利性分析

二、新式茶饮行业的经济周期分析

三、新式茶饮行业附加值的提升空间分析

第五节 中国新式茶饮行业进入壁垒分析

一、新式茶饮行业资金壁垒分析

二、新式茶饮行业技术壁垒分析

三、新式茶饮行业人才壁垒分析

四、新式茶饮行业品牌壁垒分析

五、新式茶饮行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球新式茶饮行业市场发展现状分析

第一节 全球新式茶饮行业发展历程回顾

第二节 全球新式茶饮行业市场区域分布情况

第三节 亚洲新式茶饮行业地区市场分析

一、亚洲新式茶饮行业市场现状分析

二、亚洲新式茶饮行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲新式茶饮行业市场前景分析

第四节 北美新式茶饮行业地区市场分析

- 一、北美新式茶饮行业市场现状分析
- 二、北美新式茶饮行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美新式茶饮行业市场前景分析

第五节 欧洲新式茶饮行业地区市场分析

- 一、欧洲新式茶饮行业市场现状分析
- 二、欧洲新式茶饮行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲新式茶饮行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界新式茶饮行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球新式茶饮行业市场规模预测

第三章 中国新式茶饮产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品新式茶饮总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国新式茶饮行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国新式茶饮产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国新式茶饮行业运行情况

第一节 中国新式茶饮行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国新式茶饮行业市场规模分析

第三节 中国新式茶饮行业供应情况分析

第四节 中国新式茶饮行业需求情况分析

第五节 我国新式茶饮行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国新式茶饮行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国新式茶饮行业供需平衡分析

第八节 中国新式茶饮行业发展趋势分析

第五章 中国新式茶饮所属行业运行数据监测

第一节 中国新式茶饮所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国新式茶饮所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国新式茶饮所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国新式茶饮市场格局分析

第一节 中国新式茶饮行业竞争现状分析

一、中国新式茶饮行业竞争情况分析

二、中国新式茶饮行业主要品牌分析

第二节 中国新式茶饮行业集中度分析

一、中国新式茶饮行业市场集中度影响因素分析

二、中国新式茶饮行业市场集中度分析

第三节 中国新式茶饮行业存在的问题

第四节 中国新式茶饮行业解决问题的策略分析

第五节 中国新式茶饮行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国新式茶饮行业需求特点与动态分析

第一节 中国新式茶饮行业消费市场动态情况

第二节 中国新式茶饮行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 新式茶饮行业成本结构分析

第四节 新式茶饮行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国新式茶饮行业价格现状分析

第六节 中国新式茶饮行业平均价格走势预测

一、中国新式茶饮行业价格影响因素

二、中国新式茶饮行业平均价格走势预测

三、中国新式茶饮行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国新式茶饮行业区域市场现状分析

第一节 中国新式茶饮行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区新式茶饮市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区新式茶饮市场规模分析

四、华东地区新式茶饮市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区新式茶饮市场规模分析

四、华中地区新式茶饮市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区新式茶饮市场规模分析

四、华南地区新式茶饮市场规模预测

第九章 2017-2021年中国新式茶饮行业竞争情况

第一节 中国新式茶饮行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国新式茶饮行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国新式茶饮行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 新式茶饮行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国新式茶饮行业发展前景分析与预测

第一节 中国新式茶饮行业未来发展前景分析

一、新式茶饮行业国内投资环境分析

二、中国新式茶饮行业市场机会分析

三、中国新式茶饮行业投资增速预测

第二节 中国新式茶饮行业未来发展趋势预测

第三节 中国新式茶饮行业市场发展预测

一、中国新式茶饮行业市场规模预测

二、中国新式茶饮行业市场规模增速预测

三、中国新式茶饮行业产值规模预测

四、中国新式茶饮行业产值增速预测

五、中国新式茶饮行业供需情况预测

第四节 中国新式茶饮行业盈利走势预测

一、中国新式茶饮行业毛利润同比增速预测

二、中国新式茶饮行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国新式茶饮行业投资风险与营销分析

第一节 新式茶饮行业投资风险分析

一、新式茶饮行业政策风险分析

二、新式茶饮行业技术风险分析

三、新式茶饮行业竞争风险

四、新式茶饮行业其他风险分析

第二节 新式茶饮行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国新式茶饮行业发展战略及规划建议

第一节 中国新式茶饮行业品牌战略分析

一、新式茶饮企业品牌的重要性

二、新式茶饮企业实施品牌战略的意义

三、新式茶饮企业品牌的现状分析

四、新式茶饮企业的品牌战略

五、新式茶饮品牌战略管理的策略

第二节 中国新式茶饮行业市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国新式茶饮行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国新式茶饮行业发展策略及投资建议

第一节 中国新式茶饮行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国新式茶饮行业营销渠道策略

一、新式茶饮行业渠道选择策略

二、新式茶饮行业营销策略

第三节 中国新式茶饮行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国新式茶饮行业重点投资区域分析

二、中国新式茶饮行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/543716543716.html>