

中国新式茶饮市场产销现状与竞争前景分析报告2021-2026年

产品名称	中国新式茶饮市场产销现状与竞争前景分析报告 2021-2026年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（ 注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国新式茶饮市场产销现状与竞争前景分析报告2021-2026年【报告编号】：342791【出版时间】：2021年8月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递
【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元【联系人】：杨静--客服专员【报告来源】：<http://www.zyzyjy.com/baogao/342791.html>
免费售后服务一年，具体内容及订购程欢迎咨询客服人员。

【报告目录】

第一章新式茶饮概况1.1新式茶饮相关概念1.1.1新式茶饮的内涵1.1.2新式茶饮的定义1.1.3新式茶饮的阶段1.1.4新式茶饮的特征1.1.5新式茶饮的制作1.2新式茶饮的产业链1.2.1产业链结构1.2.2上游分析1.2.3中游分析1.2.4下游分析1.3新式茶饮代表企业1.3.1喜茶1.3.2CoCo1.3.31点点1.3.4乐乐茶1.3.5奈雪の茶1.3.6茶颜悦色1.3.7蜜雪冰城

第二章2018-2021年全球新式茶饮市场运行情况分析2.1全球茶叶市场发展分析2.1.1全球茶叶市场规模2.1.2全球茶叶类型分布2.1.3全球茶叶包装市场2.1.1产业市场发展机遇2.2全球新式茶饮市场发展2.2.1新式茶饮市场规模分析2.2.2新式奶茶茶底占比分析2.2.3新式奶茶风味市场分析2.2.4新式奶茶组成成分分析2.2.5新式奶茶地区分布情况2.3不同地区新式茶饮市场2.3.1日本2.3.2美国2.3.3韩国2.3.4英国

第三章2018-2021年中国新式茶饮市场发展环境分析1.1经济环境分析3.1.1宏观经济分析1.1.1对外经济分析1.1.2工业运行情况1.1.3宏观经济展望1.2社会环境分析3.1.2居民收入水平3.1.1居民消费水平3.1.1社会消费规模1.2.1人口发展规模3.2政策环境3.2.1国家层面限制性要求3.2.2地方层面限制性要求3.2.3新式茶饮行业性标准3.2.4市场解决相关的方案

第四章2018-2021年中国茶饮相关市场运行情况分析4.1茶叶市场发展分析4.1.1茶叶市场政策环境4.1.2茶叶市场消费人群4.1.3全国茶叶消费产量4.1.4全国茶叶消费规模4.1.5新式茶饮茶叶市场4.2茶饮市场发展分析4.

2.1茶饮行业市场规模4.2.2茶叶行业消费偏好4.2.3茶饮市场消费渠道4.2.4茶饮市场未来创新4.2.5茶饮市场未来趋势4.3咖啡市场发展分析4.3.1咖啡行业发展历程4.3.2咖啡行业发展现状4.3.3现磨咖啡市场发展4.3.4咖啡行业消费市场4.3.5咖啡行业规模预测4.4现制茶饮市场发展4.4.1现制茶饮发展历程4.4.2现制茶饮消费规模4.4.3现制茶饮细分占比4.4.4即时冲泡类茶市场4.4.5现制茶饮市场竞争

第五章2018-2021年中国新式茶饮市场运行情况分析5.1新式茶饮市场概述5.1.1新式茶饮品牌发展5.1.2新式茶饮特点分析5.1.3品牌不同模式分析5.2新式茶饮市场发展现状分析5.2.1新式茶饮发展现状5.2.2新式茶饮市场规模5.2.3新式茶饮门店规模5.2.4新式茶饮竞争格局5.2.5新式茶饮市场分布5.2.6新式茶饮市场需求5.2.7新式茶饮发展问题5.2.8新式茶饮发展对策5.3低端茶饮市场发展现状分析5.3.1低端市场简介5.3.2市场优势分析5.3.3市场规模分析5.3.4门店数量分析5.3.5市场占比分析5.3.6规模预测分析5.4中端茶饮市场发展现状分析5.4.1中端市场简介5.4.2市场发展特点5.4.3门店数量分析5.4.4市场规模分析5.4.1市场占比分析5.4.2规模预测分析5.5高端茶饮市场发展现状分析5.5.1市场规模分析5.5.2企业集中程度5.5.1市场占比分析5.5.2销售渠道分析5.5.3发展空间测算5.5.4规模预测分析5.6新式茶饮不同端口发展分析5.6.1渠道端分析5.6.2产品端分析5.6.3品牌端分析

第六章2018-2021年中国新式茶饮市场竞争格局分析6.1新式茶饮波特五力分析6.1.1现有企业间的竞争6.1.2潜在进入者威胁6.1.3替代品威胁6.1.4供应商的讨价还价能力6.1.5购买者的讨价还价能力6.2新式茶饮市场竞争现状6.2.1市场竞争格局6.2.2市场商业模式6.2.1品牌竞争模型6.2.2品牌竞争壁垒6.2.3未来发展空间6.2.4未来发展趋势6.3新式茶饮品牌等级划分6.3.1品牌划分依据6.3.2头部代表品牌6.3.3腰部代表品牌6.3.4下沉市场代表6.3.5未来市场发展6.4新式茶饮市场经营模式6.4.1市场发展模式6.4.2运营模式分析6.4.3销售模式分析6.4.4加盟模式分析6.4.5直营模式分析6.5新式茶饮城市布局情况6.5.1一线城市布局6.5.2二和三线城市6.5.3市场布局建议6.6新式茶饮同业竞争比较6.6.1产品6.6.2营销6.6.3渠道6.6.4供应

第七章2018-2021年中国新式茶饮消费群体偏好分析7.1新式茶饮用户洞察分析7.1.1消费人群特点分析7.1.2新式茶饮用户分布7.1.3新式茶饮人群收入7.1.4新式茶饮消费场景7.2新式奶茶消费市场分析7.2.1消费搭配产品偏好7.2.2消费人群选购关注7.2.3消费健康方面选择7.2.4消费者品牌忠诚度7.2.5消费人群线上消费7.3新式茶饮行业消费方式分析7.3.1消费人群购买方式7.3.2消费人群排队愿意7.3.3消费人群品牌认知7.4疫情影响下的发展情况7.4.1市场发展整体影响7.4.2门店营收变化情况7.4.3茶饮市场热度分析

第八章新式茶饮的数字化进程分析8.1新式茶饮数字化概述8.1.1新式茶饮数字化模式8.1.2新式茶饮数字化渠道8.1.3新式茶饮数字化转型8.1.4企业线上的会员运营8.2新式茶饮不同渠道数字化发展8.2.1活动链是数字化8.2.2品牌渠道数字化8.2.3品牌营销数字化8.2.4会员管理数字化8.3新式茶饮数字化市场运行情况8.3.1新式茶饮流量运行8.3.2头部企业数字化情况8.3.3企业自建供应链情况8.3.4企业数字化差异分析8.3.5数字化企业类型分析8.3.6品牌数字化能力分析8.3.7数字化转型案例分析8.3.8数字化发展存在问题8.4新式茶饮数字化发展驱动因素8.4.1数字化人群驱动因素8.4.2数字化市场驱动因素8.4.3数字化产品驱动因素8.4.4数字化投资驱动因素8.5新式茶饮数字化未来发展趋势8.5.1数字化转型路径8.5.2茶饮数字化转型8.5.3茶饮数字化方向8.5.4数字化企业升级8.5.5数字化维度导入

第九章新式茶饮典型企业发展剖析——喜茶9.1喜茶品牌传播环境9.1.1宏观环境分析9.1.2微观环境分析9.2喜茶品牌定位策略9.2.1品牌定位市场概念9.2.2消费者定位年轻化9.2.3产品定位的差异化9.3喜茶品牌传播策略9.3.1立足市场定位的品牌符号化策略9.3.2以消费者为中心的内容编码策略9.3.3基于媒介一体化的融合传播策略9.3.4基于互动传播的关系营销策略9.4喜茶品牌传播启示9.4.1差异化的定位9.4.2整合优势资源9.4.3消费者的粘性

第十章新式茶饮典型企业发展剖析——茶颜悦色10.1茶颜悦色市场发展现状分析10.1.1茶颜悦色概况10.1.2企业运营机理10.1.3企业品牌价值10.2茶颜悦色市场性营销策略10.2.1产品营销策略10.2.2价格营销策略10.2.3渠道营销策略10.2.4促销营销策略10.2.5角色营销策略10.2.6服务营销策略10.3茶颜悦色4C营销策略分析10.3.1精准顾客定位10.3.2提升让渡价值10.3.3完善服务体系10.3.4打造自身形象10.4茶颜悦色4P营销策略分析10.4.1产品策略分析10.4.2价格策略分析10.4.3促销策略分析10.4.4渠道策略分析10.5茶颜悦色4V营销理论分析10.5.1差异化分析10.5.2附加值分析10.5.3功能化分析10.5.4共鸣性分析

第十一章新式茶饮典型企业发展剖析——奈雪的茶11.1奈雪的茶市场运行情况11.1.1市场发展现状11.1.2企业经营情况11.1.3精准营销策略11.1.4市场存在问题11.1.5市场发展建议11.2奈雪的茶商业模式分析11.2.1锁定精准目标群体11.2.2打造多元主题门店11.2.3构建品牌差异护城11.2.4资本增收但不盈利11.3奈雪的茶精品咖啡市场11.3.1推出精品咖啡11.3.2另寻新增长点11.3.3打好差异化牌

第十二章新式茶饮典型企业发展剖析——蜜雪冰城12.1蜜雪冰城经营模式分析12.1.1营销模式分析12.1.2商业模式分析12.1.3规模效应分析12.1.4门店扩展情况12.1.5面临困境分析12.2蜜雪冰城SWOT矩阵分析12.2.1蜜雪冰城的优势12.2.2蜜雪冰城的劣势12.2.3蜜雪冰城的机会12.2.4蜜雪冰城的威胁12.3蜜雪冰城未来发展建议12.3.1改进排队制度12.3.2增加店员数量12.3.3店铺位置选择12.3.4停车位的改进

第十三章新式茶饮投融资市场分析13.1新式茶饮投资市场分析13.1.1资本发展进程13.1.2市场投资热度13.1.3市场投资风向13.1.4行业投资建议13.2新式茶饮融资市场分析13.2.1细分市场融资13.2.2品牌融资事件13.2.3融资次数TOP1013.2.4融资金额TOP1013.3新式茶饮投资市场发展13.3.1企业估值分析13.3.2处于投资风口13.3.3新生赛道发展13.3.4相关资本入局

第十四章2021-2026年中国新式茶饮市场发展前景及预测14.1新式茶饮未来发展趋势14.1.1市场持续领先14.1.2市场边界模糊14.1.3持续打造品牌14.1.4产品持续创新14.1.5健康概念产品14.2新式茶饮发展方向14.2.1企业加速化14.2.2发展持续化14.2.3市场全球化14.2.4标准规范化14.3新式茶饮业未来展望14.3.1未来发展空间较大14.3.2把控茶饮品质安全14.3.3组合跨界营销模式14.3.4塑造品牌文化价值14.42021-2026年中国显示茶饮市场预测分析14.4.12021-2026年中国新式茶饮市场影响因素分析14.4.22021-2026年中国新式茶饮市场规模预测

图表目录图表新式茶饮新内涵图表新式茶饮的定义图表新式茶饮行业发展阶段图表新式茶饮产业链结构分析