

2021-2027年中国现制茶饮 市场分析与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2021-2027年中国现制茶饮市场分析与发展趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/D04382L1JV.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

随着国内健康消费观念的增强，现制茶饮相比传统茶饮更受当下消费者喜爱，再加上现制茶饮本身具有的高利润、易标准化以及进入门槛低的特性，使得其成为近年来的兵家必争之地。行业竞争格局方面，各头部茶饮平台通过进行差异化竞争来提高自身的影响力，再加上资本市场的热烈追捧，使得我国现制茶饮行业众多新进入者实现了弯道超车。未来各现制茶饮品牌要想实现长远发展，企业文化与内部管理模式的相互结合尤为重要。

自奶茶与咖啡等饮品从西方及港台等地传入中国市场后，产品形态已有多次升级与演变。新式现饮的概念在2010年左右形成，在2016年左右开始爆发性增长，其特征主要为原料主打天然健康，现场手工调配制作，讲究产品优质、包装精美、门店新颖，并兼具一定的社交属性。新式现饮的具体分类包含了以喜茶、奈雪为代表的新式现制茶饮，以星巴克、瑞幸为代表的现磨咖啡，以及鲜榨果汁、鲜奶酸奶等其他品类。2019年现饮市场规模结构推算

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国现制茶饮市场分析与发展趋势研究报告》共十章。首先介绍了现制茶饮行业市场发展环境、现制茶饮整体运行态势等，接着分析了现制茶饮行业市场运行的现状，然后介绍了现制茶饮市场竞争格局。随后，报告对现制茶饮做了重点企业经营状况分析，最后分析了现制茶饮行业发展趋势与投资预测。您若想对现制茶饮产业有个系统的了解或者想投资现制茶饮行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

报告目录：

第一章 现制茶饮行业产品定义及行业概述发展分析

第一节 现制茶饮行业产品定义

一、现制茶饮行业产品定义及分类

二、现制茶饮行业产品应用范围分析

三、现制茶饮行业发展历程

四、现制茶饮行业发展地位及影响分析

第二节 现制茶饮行业产业链发展环境简析

一、现制茶饮行业产业链模型理论

二、现制茶饮行业产业链示意图及相关概述

第三节 经济环境

- 一、国民经济运行情况GDP（季度更新）
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（月度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、2020年我国宏观经济发展预测

第四节 现制茶饮行业税收及进出口关税

第五节 社会环境

- 一、人口数量及老龄化分析
- 二、网民规模情况
- 三、90后消费群体特点分析

第六节 现制茶饮技术发展现状

- 一、现制茶饮行业技术发展
- 二、现制茶饮生产工艺
- 一、现制茶饮技术发展趋势

第二章 2015-2019年现制茶饮行业国内外市场发展概述

第一节 2015-2019年全球现制茶饮行业发展分析

- 一、全球现制茶饮经济发展现状及预测
- 二、全球现制茶饮行业技术发展现状
- 三、全球现制茶饮行业发展概述

第二节 2015-2019年全球现制茶饮行业供需及规模分析

- 一、全球现制茶饮行业市场供需情况
- 二、全球现制茶饮行业市场规模及区域分布情况
- 三、全球现制茶饮行业重点国家市场分析
- 四、全球现制茶饮行业发展热点分析
- 五、2021-2027年全球现制茶饮行业市场规模预测

第三节 2015-2019年中国及全球现制茶饮行业对比分析

- 一、中国现制茶饮行业生命周期分析
- 二、中国现制茶饮行业市场成熟度情况

三、中国和国外现制茶饮行业对比SWTO

第四节2015-2019年全球现制茶饮行业相关产品进出口情况

第三章 2015-2019年我国现制茶饮行业发展现状

第一节 中国现制茶饮行业发展概述

一、中国现制茶饮行业发展现状

茶饮消费日常化、健康化带来消费频次提升，带动门店日均客单量增长。而随着健康化品类的不断推出，茶饮逐渐摆脱了高糖、高脂等阻碍消费频次进一步提升的不利因素。奶茶订单中选择全糖或多加糖的用户只占7%，而在各类甜度选项中，无糖排名第一，其次是半糖；同时具有生发、滋补、抗皱等功能的茶饮也不断推出。2019年93%的消费者选择半糖/少糖/无糖奶茶

二、中国现制茶饮发展面临的问题

三、2015-2019年中国现制茶饮行业市场规模

四、中国现制茶饮行业需求客户结构

第二节 我国现制茶饮行业发展状况

一、2015-2019年中国现制茶饮行业产值情况

二、2019年我国现制茶饮产值区域分布分析

第三节 2015-2019年中国现制茶饮行业产量分析

第四节 2019年现制茶饮行业需求分析

一、2015-2019年我国现制茶饮行业需求分析

二、2015-2019年我国现制茶饮市场价格走势分析

第四章 现制茶饮行业竞争态势分析

第一节 现制茶饮行业集中度分析

一、现制茶饮市场集中度分析

二、现制茶饮企业分布区域集中度分析

三、现制茶饮区域消费集中度分析

第二节 现制茶饮行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 现制茶饮行业竞争格局分析

- 一、2019年现制茶饮行业竞争分析
- 二、2019年中外现制茶饮产品竞争分析
- 三、2019年我国现制茶饮市场竞争分析
- 四、近年国内现制茶饮行业重点企业发展动向

第五章 2015-2019年中国现制茶饮所属行业运行及进出口分析

第一节 2015-2019年中国现制茶饮所属行业总体运行情况

- 一、现制茶饮企业数量及分布
- 二、现制茶饮行业从业人员统计

第二节 2015-2019年中国现制茶饮所属行业运行数据

- 一、行业资产情况分析
- 二、行业销售情况分析
- 三、行业利润情况分析

第三节 2015-2019年中国现制茶饮所属行业成本费用结构分析

第四节 2015-2019年中国现制茶饮所属行业经营成本情况

第五节 2015-2019年中国现制茶饮所属行业管理费用情况

第六节 中国现制茶饮行业或相关行业进出口分析

- 1、2015-2019年行业进出口数量及金额
- 2、行业进口分国家
- 3、行业出口分国家

第六章 2015-2019年中国现制茶饮行业区域发展分析

第一节 中国现制茶饮行业区域发展现状分析

第二节 2015-2019年华北地区

- 一、华北地区经济发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

第三节 2015-2019年东北地区

- 一、东北地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第四节 2015-2019年华东地区

一、华东地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第五节 2015-2019年华南地区

一、华南地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第六节 2015-2019年华中地区

一、华中地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七节 2015-2019年西部地区

一、西部地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七章 现制茶饮重点企业发展分析

第一节 A公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第二节 B公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第三节 C公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第四节 D公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第五节 E公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第六节 F公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第八章 2015-2019年中国现制茶饮行业上下游主要行业发展现状分析

第一节 2015-2019年主要上游产业发展分析

一、A行业发展分析

1、行业市场规模情况

2、产品价格分析

3、产品生产情况

二、B行业发展分析

1、行业市场规模情况

2、产品价格分析

3、产品生产情况

⋯⋯

第二节2015-2019年主要下游产业发展分析

一、D行业发展分析

1、行业现状分析

2、行业发展前景

二、E行业发展分析

1、行业现状分析

2、行业发展前景

⋯⋯

第九章 2021-2027年中国现制茶饮行业发展预测分析

第一节2021-2027年中国现制茶饮行业产量预测

第二节2021-2027年中国现制茶饮行业需求量预测

第三节2021-2027年中国现制茶饮行业规模预测

第四节 2021-2027年中国产业的前景及趋势

一、中国现制茶饮市场发展前景乐观

二、2020年中国现制茶饮市场消费趋势分析

第五节2021-2027年中国现制茶饮行业发展趋势

一、中国现制茶饮行业的发展前景

二、2021-2027年中国现制茶饮产业规划分析

三、我国现制茶饮行业的标准化发展趋势

第六节2021-2027年中国现制茶饮行业“走出去”发展分析

第十章 现制茶饮行业投资前景研究及销售战略分析（ ）

第一节 影响现制茶饮行业发展的主要因素

一、影响现制茶饮行业运行的有利因素

二、影响现制茶饮行业运行的稳定因素

三、影响现制茶饮行业运行的不利因素

四、我国现制茶饮行业发展面临的挑战

五、我国现制茶饮行业发展面临的机遇

第二节 行业投资形势分析

一、2015-2019年中国行业投资规模

二、行业投资壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 2021-2027年现制茶饮行业投资效益分析

第四节 2021-2027年现制茶饮行业投资前景研究

第五节 现制茶饮行业投资前景预警

一、2021-2027年现制茶饮行业市场风险预测

二、2021-2027年现制茶饮行业政策风险预测

三、2021-2027年现制茶饮行业经营风险预测

四、2021-2027年现制茶饮行业技术风险预测

五、2021-2027年现制茶饮行业竞争风险预测

六、2021-2027年现制茶饮行业其他风险预测

第六节 市场策略分析

一、现制茶饮价格策略分析

二、现制茶饮渠道策略分析

第七节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第八节 提高现制茶饮企业竞争力的策略

一、提高中国现制茶饮企业核心竞争力的对策

二、现制茶饮企业提升竞争力的主要方向

三、影响现制茶饮企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高现制茶饮企业竞争力的策略

第九节 对我国现制茶饮品牌的战略思考

一、现制茶饮实施品牌战略的意义

二、现制茶饮企业品牌的现状分析

三、我国现制茶饮企业的品牌战略

四、现制茶饮品牌战略管理的策略

第十节 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、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能（ ）

部分图表目录：

图表：现制茶饮行业历程

图表：现制茶饮行业生命周期

图表：现制茶饮行业产业链分析

图表：2015-2019年现制茶饮行业产能分析

图表：2015-2019年现制茶饮行业市场规模分析

图表：2015-2019年现制茶饮行业产量分析

图表：2015-2019年现制茶饮行业需求量分析

图表：2019年现制茶饮行业需求领域分布格局

图表：2021-2027年现制茶饮行业市场规模预测

图表：中国现制茶饮行业盈利能力分析

图表：中国现制茶饮行业运营能力分析

图表：中国现制茶饮行业偿债能力分析

图表：中国现制茶饮行业发展能力分析

图表：中国现制茶饮行业经营效益分析

图表：2021-2027年现制茶饮行业市场规模预测

图表：2021-2027年现制茶饮行业产量预测

图表：2021-2027年现制茶饮行业需求量预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/D04382L1JV.html>