

2014-2020年中国茶饮料市 场监测与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国茶饮料市场监测与投资方向研究报告》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.cction.com/report/201403/103018.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

本研究咨询报告主要依据国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国茶叶流通协会、中国茶叶学会、中国经济景气监测中心、中国茶叶商情、国内外相关刊物的基础信息以及茶饮料行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于软饮料行业整体发展大势，对中国茶饮料行业的发展情况、竞争格局、市场营销、替代产品、重点企业等进行了分析及预测，并对未来茶饮料行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了茶饮料行业今后的发展与投资策略，为茶饮料生产、贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【 目 录 】

第一部分 行业发展分析

第一章茶饮料概念及工艺技术分析

第一节茶饮料的成分及分类

一、茶饮料的概念

二、茶饮料中主要成分

三、茶饮料的分类

四、其它几种茶饮料

第二节茶饮料品质影响因素及生产工艺流程

一、影响茶饮料品质的因素

二、茶饮料生产工艺要点

三、茶饮料的生产模式

四、各式茶饮料生产工艺流程

第三节茶饮料工艺技术及发展应用

一、茶汤萃取工艺概述

二、茶饮料的热澄清工艺

三、罐装液态茶饮料加工技术

四、速溶茶粉在纯茶饮料中的应用

五、灌装茶工艺的对比分析

第二章软饮料行业发展分析

第一节世界软饮料行业发展分析

- 一、欧洲软饮料市场形势喜人东西部差异大
- 二、中东软饮料市场增长趋势强劲
- 三、日本软饮料大力开拓中国及东南亚市场
- 四、保加利亚软饮料市场发展概况
- 五、英国软饮料市场发展概况

第二节中国软饮料行业发展分析

- 一、中国软饮料市场发展特征分析
- 二、2012年中国软饮料业的发展特点与趋势
- 三、2012年中国软饮料发展分析
- 四、2012年中国软饮料出口形势分析
- 五、中国软饮料制造行业SCP分析

第三节中国软饮料行业工业统计数据分析

- 一、2010年中国软饮料制造业总体数据分析
- 二、2011年中国软饮料制造业总体数据分析
- 三、2012年中国软饮料制造业总体数据分析

第四节中国软饮料市场竞争分析

- 一、果汁业成为我国软饮料行业生力军
- 二、中国果汁饮料市场差异化竞争加剧
- 三、2012年饮用水成为软饮料行业的佼佼者
- 四、碳酸饮料市场不断萎缩艰难寻求出路
- 五、特殊用途饮料成为软饮料市场竞争的蓝海
- 六、中国软饮料发展更加注重创新和品牌竞争

第五节中国软饮料市场的差异化营销策略分析

- 一、中国软饮料市场的产品差异化策略分析
- 二、中国软饮料市场的品牌形象差异化策略分析
- 三、中国软饮料市场的促销差异化策略分析
- 四、中国软饮料市场的差异化营销策略的误区与风险
- 五、中国软饮料市场差异化营销策略的建议

第三章中国茶饮料行业发展分析

第一节茶饮料行业发展概述

- 一、我国已实施茶饮料新标准
- 二、中国茶饮料十五年发展变化
- 三、茶饮料行业特征分析
- 四、驱动行业发展的宏观因素解析

第二节茶饮料市场结构及需求分析

- 一、茶饮料消费者需求分析
- 二、茶饮料产品结构分析
- 三、茶饮料市场结构
- 四、茶饮料市场容量分析

第三节茶饮料市场发展总体分析

- 一、中国茶饮料十年发展总结
- 二、健康意识助推茶饮料市场迅速增长
- 三、我国茶饮料市场发展特点
- 四、中国茶饮料口味市场发展浅析
- 五、茶饮料与果汁饮料消费需求差异对比解析

第四节 2008-2012茶饮料市场发展分析

- 一、2008茶饮料市场突出功能性
- 二、2009年茶饮料市场新品迭出
- 三、2010年茶饮料突破市场瓶颈途径解析
- 四、2011年中国茶饮料品牌销售额市场比重
- 四、2012年中国茶饮料市场发展情况分析

第五节茶饮料市场存在问题及对策分析

- 一、中国茶饮料产业存在问题分析
- 二、茶饮料产品香味剂勾兑茶成分
- 三、我茶饮料市场发展建议

第四章中国凉茶市场发展分析

第一节凉茶市场状况综述

- 一、“凉茶”产品特性及发展概述
- 二、中国凉茶行业发展概况

三、中国凉茶市场发展迅速

四、中国凉茶产业征战世界级饮料

第二节广东凉茶行业分析

一、广东凉茶市场发展现状

二、广东有望出台凉茶行业标准

三、广东凉茶市场良莠不齐

第三节凉茶市场存在者及进入者分析

一、我国凉茶市场竞争格局分析

二、黄振龙向王老吉发出挑战

三、王老吉的亚运营销发展解析

四、邓老凉茶的竞争现状分析

五、凉茶企业的竞争与营销分析

第四节凉茶市场存在问题分析

一、安全问题是凉茶业发展的重要因素

二、凉茶业QS认证面临的问题

三、凉茶饮料业发展障碍及对策分析

第二部分 行业竞争分析

第五章茶饮料行业竞争分析

第一节茶饮料行业竞争格局分析

一、中国茶饮料行业龙头企业简述

二、茶饮料企业销量比重及产品

三、我国茶饮料市场格局谋变

第二节市场竞争群体详解

一、市场先行者：旭日升

二、市场领导者：康师傅和统一

三、市场挑战者：可口可乐

四、其它市场追随者

第三节竞争现状分析

一、茶饮料市场竞争升级

二、中国茶饮料市场竞争现状分析

三、两巨头牵手加剧茶饮料市场竞争

四、茶饮料市场竞争的两个特点

第四节区域市场竞争状况分析

一、北京茶饮料品牌众多

二、上海市茶饮料市场正酣战

三、深圳市场的茶饮料大战

四、厦门本土茶饮料竞争分析

五、武汉茶饮料市场巨头斗法

第五节茶饮料市场竞争中的营销对策分析

一、茶饮料品牌文化营销解析

二、茶饮料市场营销竞争策略

三、茶饮料广告策略分析

四、茶饮料产品策略分析

五、茶饮料三优先销售策略解析

第六章茶饮料行业营销案例分析

第一节旭日升集团营销案例分析

一、旭日升发展阶段及败落原因分析

二、旭日升营销管理失误分析

三、旭日升归来背后的“三板斧”策略分析

四、旭日升品牌前景分析

第二节康师傅营销策略分析

一、康师傅饮料的渠道变革解析

二、康师傅通路精耕营销渠道透析

三、康师傅茶饮料营销状况概述

四、康师傅茶饮料的营销策略分析

五、康师傅推的茶饮料市场多品牌战略

第三节统一茶饮料市场营销分析

一、统一茶饮料的产品促销策略分析

二、统一茶饮料的竞争战略解析

三、统一茶市场营销战略透析

四、统一茶里王营销策略分析

第四节娃哈哈营销策略分析

- 一、娃哈哈的品牌营销分析
- 二、娃哈哈的茶饮料目标策略分析
- 三、娃哈哈媒体运作策略分析
- 四、娃哈哈茶饮料的推广方法解析
- 第五节健力宝市场营销案例分析
 - 一、健力宝品牌发展历程解析
 - 二、健力宝为衰落原因透析
 - 三、健力宝的战略规划失误分析
 - 四、健力宝的“电玩水浒”营销

第七章茶饮料市场替代产品发展分析

第一节碳酸饮料

- 一、碳酸饮料行业发展分析
- 二、碳酸饮料霸主地位受到冲击
- 三、碳酸饮料业谋求突破
- 四、碳酸饮料借力中草药助发展

第二节果汁饮料

- 一、中国果汁饮料行业发展综述
- 二、国内果汁饮料消费误区及发展对策
- 三、果汁饮料市场竞争分析
- 四、果汁饮料细分趋势明显
- 五、果汁饮料产品发展趋势解析

第三节乳品饮料

- 一、中国乳饮料市场拐点显现
- 二、果粒酸乳饮料成市场热点
- 三、汇源进军乳品饮料市场前途分析
- 四、中国乳品饮料市场发展前景预测

第四节包装饮用水

- 一、包装饮用水市场综合分析
- 二、包装饮用水市场状况分析
- 三、矿泉水与纯净水的竞争分析
- 四、中国矿泉水市场竞争分析

五、饮用水行业需倡导良性发展

第三部分 企业分析

第八章茶饮料行业企业分析

第一节可口可乐

一、可口可乐公司简介

二、2011年可口可乐公司经营状况

三、2012年可口可乐公司经营状况

四、可口可乐茶饮料市场战略分析

第二节百事可乐

一、百事公司简介

二、2011年百事公司经营状况

三、2012年百事公司经营状况

四、百事可乐进入茶饮料市场状况

第三节深圳市深宝实业股份有限公司

一、企业概况

二、2011-2012年企业经营情况分析

三、2011-2012年企业财务数据分析

四、2012年企业最新发展动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

六、深深宝争做茶饮料原料第一品牌

第四节广州药业股份有限公司

一、企业概况

二、2011-2012年企业经营情况分析

三、2011-2012年企业财务数据分析

四、2012年企业最新发展动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第四部分 前景及投资策略

第九章 2014-2020年茶饮料市场前景及投资策略

第一节 2014-2020年软饮料行业趋势前景分析

一、世界饮料行业发展趋势分析

二、中国软饮料行业发展优势及空间分析

三、未来软饮料业将步入重构时期

四、我国西部软饮料市场增长潜力巨大

第二节 2014-2020年茶饮料行业前景预测

一、中国茶饮料市场发展趋势浅析

二、茶饮料市场前景巨大

三、无糖茶饮料市场前景分析

四、纯茶饮料发展趋势预测

五、中草药保健茶发展前景广阔

第三节 2014-2020年茶饮料行业投资机会分析

一、茶饮料的市场机会分析

二、茶饮料厂商面临大好机遇

三、茶饮料新品催生创业机会

四、茶饮市场成长潜力巨大

附录：

附录一：中华人民共和国国家标准软饮料的分类

附录二：茶饮料生产许可证审查细则

部分图表目录（如需详细目录，请来电索取）

图表：中国软饮料市场品牌列表（部分）

图表：2010年1-12月我国软饮料制造业主要经济指标统计

图表：2011年1-12月我国软饮料制造业主要经济指标统计

图表：2012年1-12月我国软饮料制造业主要经济指标统计

图表：2012年1-3月我国软饮料制造业主要经济指标统计

图表：消费者对饮料细分市场的心理

图表：茶饮料市场结构图

图表：平均每周果汁饮料和茶饮料消费频次差异对比

图表：每瓶500mL茶饮料与果汁饮料的价格对比

图表：果汁饮料和茶饮料目标消费者差异比较

图表：2011年中国茶饮料销售额市场占有率

图表：2009-2012年深圳市深宝实业股份有限公司主营构成

图表：2009-2012年深圳市深宝实业股份有限公司流动资产表

图表：2009-2012年深圳市深宝实业股份有限公司长期投资表

图表：2009-2012年深圳市深宝实业股份有限公司固定资产表

图表：2009-2012年深圳市深宝实业股份有限公司无形及其他资产表

图表：2009-2012年深圳市深宝实业股份有限公司流动负债表

图表：2009-2012年深圳市深宝实业股份有限公司长期负债表

图表：2009-2012年深圳市深宝实业股份有限公司股东权益表

图表：2009-2012年深圳市深宝实业股份有限公司主营业务收入表

图表：2009-2012年深圳市深宝实业股份有限公司主营业务利润表

图表：2009-2012年深圳市深宝实业股份有限公司营业利润表

图表：2009-2012年深圳市深宝实业股份有限公司利润总额表

图表：2009-2012年深圳市深宝实业股份有限公司净利润表

图表：2009-2012年深圳市深宝实业股份有限公司每股指标表

图表：2009-2012年深圳市深宝实业股份有限公司获利能力表

图表：2009-2012年深圳市深宝实业股份有限公司经营能力表

图表：2009-2012年深圳市深宝实业股份有限公司偿债能力表

图表：2009-2012年深圳市深宝实业股份有限公司资本结构表

图表：2009-2012年深圳市深宝实业股份有限公司发展能力表

图表：2009-2012年深圳市深宝实业股份有限公司现金流量分析表

图表：2009-2012年广州药业股份有限公司主营构成

图表：2009-2012年广州药业股份有限公司流动资产表

图表：2009-2012年广州药业股份有限公司长期投资表

图表：2009-2012年广州药业股份有限公司固定资产表

图表：2009-2012年广州药业股份有限公司无形及其他资产表

图表：2009-2012年广州药业股份有限公司流动负债表

图表：2009-2012年广州药业股份有限公司长期负债表

图表：2009-2012年广州药业股份有限公司股东权益表

图表：2009-2012年广州药业股份有限公司主营业务收入表

图表：2009-2012年广州药业股份有限公司主营业务利润表

图表：2009-2012年广州药业股份有限公司营业利润表

图表：2009-2012年广州药业股份有限公司利润总额表

图表：2009-2012年广州药业股份有限公司净利润表

图表：2009-2012年广州药业股份有限公司每股指标表

图表：2009-2012年广州药业股份有限公司获利能力表

图表：2009-2012年广州药业股份有限公司经营能力表

图表：2009-2012年广州药业股份有限公司偿债能力表

图表：2009-2012年广州药业股份有限公司资本结构表

图表：2009-2012年广州药业股份有限公司发展能力表

图表：2009-2012年广州药业股份有限公司现金流量分析表

图表：2012年茶饮料销售量销售额预测

图表：茶饮料产品质量检验项目表

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/103018.html>