

2016-2022年中国茶饮料行业运营现状及十三五投资 决策分析报告

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《2016-2022年中国茶饮料行业运营现状及十三五投资决策分析报告》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/252834252834.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

中国报告网发布的《2016-2022年中国茶饮料行业运营现状及十三五投资决策分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、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。

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quan交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告简介

第一章 茶饮料概念及工艺技术分析

1.1 茶饮料的成分及分类

1.1.1 茶饮料的概念

1.1.2 茶饮料的主要成分

1.1.3 茶饮料的分类

1.1.4 其它几种茶饮料

1.2 茶饮料品质影响因素及生产工艺流程

1.2.1 影响茶饮料品质的因素

1.2.2 茶饮料生产工艺要点

1.2.3 茶饮料的生产模式

1.2.4 各式茶饮料生产工艺流程

1.3 茶饮料工艺技术及发展应用

1.3.1 茶汤萃取工艺概述

1.3.2 茶饮料的热澄清工艺

1.3.3 罐装液态茶饮料加工技术

1.3.4 速溶茶粉在纯茶饮料中的应用

1.3.5 灌装茶工艺的对比分析

第二章 2013-2015年软饮料行业分析

2.1 2013-2015年世界软饮料行业发展概况

2.1.1 全球软饮料市场发展态势分析

- 2.1.2 部分国家软饮料进出口状况
- 2.1.3 国际软饮料包装材料的发展变化
- 2.1.4 美国软饮料市场销量持续下滑
- 2.1.5 俄罗斯软饮料市场发展现状及前景
- 2.2 2013-2015年中国软饮料行业发展分析
 - 2.2.1 2015年中国饮料业行业发展回顾
 - 2.2.2 2016年中国软饮料生产及销售状况
 - 2.2.3 2016年我国软饮料市场发展动态
- 2.3 2013-2015年中国软饮料市场竞争分析
 - 2.3.1 软饮料行业的竞争力评析
 - 2.3.2 中国软饮料市场竞争程度剖析
 - 2.3.3 “强强联手”竞争模式初步成型
 - 2.3.4 特殊用途饮料成软饮料市场竞争的蓝海
 - 2.3.5 2016年我国软饮料市场竞争特点分析
- 第三章 2013-2015年中国茶饮料行业分析
 - 3.1 茶饮料行业发展概述
 - 3.1.1 中国茶饮料十五年发展变化
 - 3.1.2 茶饮料行业特征分析
 - 3.1.3 驱动茶饮料行业发展的宏观因素解析
 - 3.2 2013-2015年茶饮料政策环境分析
 - 3.2.1 《食品安全法》正式实施
 - 3.3 茶饮料市场发展总体分析
 - 3.3.1 中国茶饮料市场发展综述
 - 3.3.2 我国茶饮料市场发展的特点
 - 3.3.3 茶饮料市场消费者需求特征透析
 - 3.3.4 中国茶饮料市场产品结构分析
 - 3.3.5 茶饮料与果汁饮料消费需求差异对比解析
 - 3.4 2013-2015年茶饮料市场发展分析
 - 3.4.1 2016年茶饮料市场呈蓬勃发展态势
 - 3.4.2 2016年茶饮料市场的新变化透析
 - 3.4.3 2016年汇源收购旭日升强势介入茶饮料市场
 - 3.4.4 2016年借塑化剂事件契机茶饮料积极抢占市场
 - 3.4.5 2016年茶饮料市场的发展特征
 - 3.5 2013-2015年茶饮料市场存在问题及对策分析
 - 3.5.1 中国茶饮料产业存在的问题分析

3.5.2 中国茶饮料行业亟需规范化发展

第四章 中国茶饮料及其他软饮料制造行业财务状况

4.1 中国茶饮料及其他软饮料制造行业经济规模

4.1.1 2013-2015年3月茶饮料及其他软饮料制造业销售规模

4.1.2 2013-2015年3月茶饮料及其他软饮料制造业利润规模

4.1.3 2013-2015年3月茶饮料及其他软饮料制造业资产规模

4.2 中国茶饮料及其他软饮料制造行业盈利能力指标分析

4.2.1 2013-2015年3月茶饮料及其他软饮料制造业亏损面

4.2.2 2013-2015年3月茶饮料及其他软饮料制造业盈利能力分析

4.2.3 2013-2015年3月茶饮料及其他软饮料制造业成本费用利润率

4.3 中国茶饮料及其他软饮料制造行业营运能力指标分析

4.3.1 2013-2015年3月茶饮料及其他软饮料制造业应收zhang款周转率

4.4 中国茶饮料及其他软饮料制造行业偿zhai能力指标分析

4.4.1 2013-2015年3月茶饮料及其他软饮料制造业偿zhai能力分析

第五章 2013-2015年中国凉茶市场分析

5.1 2013-2015年凉茶市场状况综述

5.1.1 中国凉茶市场发展概述

5.1.2 中国凉茶市场竞争格局分析

5.1.3 我国首个“凉茶公约”重磅出炉

5.1.4 受中药材涨价影响凉茶业成本剧增

5.1.5 凉茶市场发展机会探析

5.2 2013-2015年广东凉茶市场分析

5.2.1 广东凉茶市场发展现状

5.2.2 广东凉茶市场良莠不齐

5.2.3 广东凉茶市场运行特点

5.3 2013-2015年凉茶市场竞争分析

5.3.1 凉茶市场竞争历程分析

5.3.2 霸王引发凉茶市场新一轮混战

5.3.3 我国凉茶市场竞争升级

5.3.4 两大凉茶新品的竞争手段解析

5.4 凉茶市场存在的问题及策略分析

5.4.1 凉茶市场同质化现象严重

5.4.2 凉茶业QS认证面临的问题

5.4.3 国内多数凉茶企业经营状况欠佳

5.4.4 凉茶饮料业发展障碍及对策分析

5.4.5 中国凉茶市场根据地战略分析

第六章 2013-2015年茶饮料行业竞争分析

6.1 2013-2015年茶饮料行业竞争格局分析

6.1.1 中国茶饮料行业龙头企业简述

6.1.2 中国茶饮料市场竞争状况分析

6.1.3 茶饮料竞争焦点转向新包装与新品种

6.2 茶饮料市场竞争群体详解

6.2.1 市场先行者：旭日升

6.2.2 市场领导者：康师傅和统一

6.2.3 市场挑战者：可口可乐

6.2.4 其它市场追随者

6.3 茶饮料行业的SWOT剖析及竞争策略选择

6.3.1 机遇分析

6.3.2 威胁分析

6.3.3 优势分析

6.3.4 劣势分析

6.3.5 市场挑战者竞争策略探讨

6.4 茶饮料市场竞争中的营销对策分析

6.4.1 茶饮料品牌文化营销解析

6.4.2 茶饮料市场营销竞争策略

6.4.3 茶饮料广告策略分析

6.4.4 茶饮料产品策略分析

6.4.5 茶饮料三优先销售策略解析

第七章 2013-2015年茶饮料行业营销分析

7.1 旭日升集团营xiao案例分析

7.1.1 旭日升发展阶段及衰败原因分析

7.1.2 旭日升营销管理失误分析

7.1.3 旭日升归来背后的“三板斧”策略分析

7.1.4 2016年依托汇源集团优势旭日升高调回归

7.2 康师傅营销策略分析

7.2.1 康师傅茶饮料市场多品牌战略

7.2.2 康师傅茶饮料的营销策略组合

7.2.3 康师傅茶饮料营销对茶饮企业的启迪

7.2.4 康师傅饮料的“再来一瓶”营销策略解析

7.2.5 康师傅茶饮料的“美丽营销”战术分析

7.3 统一茶饮料市场营销分析

7.3.1 统一茶饮料的产品促销策略分析

7.3.2 统一茶饮料的竞争战略解析

7.3.3 统一茶饮料市场营销战略透析

7.4 娃哈哈营销策略分析

7.4.1 娃哈哈的品牌营销分析

7.4.2 娃哈哈茶饮料的推广方法解析

7.4.3 娃哈哈迈向高端市场营销策略探析

7.5 王老吉

7.5.1 王老吉营销策略概述

7.5.2 王老吉网络营销推广方案简述

7.5.3 以CSR战略角度透视王老吉的亚运营销

7.5.4 王老吉营销发展面临的挑战

第八章 2013-2015年茶饮料市场替代产品发展分析

8.1 碳酸饮料

8.1.1 中国碳酸饮料生产与消费情况

8.1.2 中国碳酸饮料市场发展状况分析

8.1.3 碳酸饮料巨头缩减包装变相涨价

8.2 果汁饮料

8.2.1 中国果汁饮料市场发展概况

8.2.2 2016年欧盟出台果汁新规

8.2.3 果汁饮料行业未来发展热点

8.3 乳品饮料

8.3.1 我国含乳饮料行业发展综述

8.3.2 我国乳饮料市场新品层出不穷

8.3.3 果粒酸乳饮料成市场热点

8.3.4 未来我国乳饮料企业发展趋势探析

8.4 包装饮用水

8.4.1 包装饮用水市场综合分析

8.4.2 中国饮用水行业步入成熟阶段

8.4.3 2016年中国饮用水行业发展主题

8.4.4 中国瓶装水市场竞争形态剖析

8.4.5 饮用水行业竞争焦点

第九章 2016-2022年茶饮料市场投资及前景分析

9.1 软饮料行业发展前景分析

9.1.1 软饮料行业发展优势及空间分析

9.1.2 未来软饮料业将步入重构时期

9.1.3 我国西部软饮料市场增长潜力巨大

9.1.4 软饮料市场消费方向分析

9.2 茶饮料行业投资机会分析

9.2.1 茶饮料新品催生创业机会

9.2.3 茶饮料产品的投资开发方向

9.3 2016-2022年茶饮料行业前景预测

9.3.1 2016-2022年中国茶饮料及其他软饮料制造行业预测分析

9.3.2 我国茶饮料市场未来前景展望

第十章 2013-2015年国内外茶饮料行业重点上市公司

10.1 可口可乐

10.1.1 公司简介

10.1.2 2013-2015年可口可乐公司经营状况

10.1.3 可口可乐茶饮料品牌战略分析

10.1.4 2016年“原叶”茶饮市场推广策略分析

10.2 百事可乐

10.2.1 公司简介

10.2.2 百事“草本乐”产品分析

10.2.3 2013-2015财年百事公司经营状况

10.2.5 百事可乐凭借草本乐进军我国草本饮料市场

10.3 康师傅控股有限公司

10.3.1 公司简介

10.3.2 2013-2015年康师傅经营状况分析

10.3.3 2016年康师傅集团总体运营态势分析

10.3.4 康师傅茶饮研发成功因素分析

10.4 统一企业股份有限公司

10.4.1 公司简介

10.4.2 2013-2015年统一企业经营状况分析

10.4.3 2013-2015年统一集团总体运营态势分析

10.5 深圳市深宝实业股份有限公司

10.5.1 公司简介

10.5.2 2013-2015年3月深宝经营状况分析

10.5.3 公司未来发展展望

10.6 广州药业股份有限公司

10.6.1 公司简介

10.6.2 2010年1-12月广州药业经营状况分析

10.6.3 2016年1-3月广州药业经营状况分析

10.6.5 广州药业获得白云山凉茶代理权

10.6.6 广州药业大肆进军美国凉茶市场

第十一章 2013-2015年国内茶饮料行业其他重点企业竞争优势及财务状况分析

11.1 广州顶津食品有限公司

11.1.1 2013-2015年公司发展状况分析

11.1.2 公司偿债能力分析

11.1.3 公司营运能力分析

11.1.4 公司获利能力分析

11.2 乐天澳的利饮料有限公司

11.2.1 2013-2015年公司发展状况分析

11.2.2 公司偿债能力分析

11.2.3 公司营运能力分析

11.2.4 公司获利能力分析

11.3 康师傅广州饮品有限公司

11.3.1 2013-2015年公司发展状况分析

11.3.2 公司偿债能力分析

11.3.3 公司营运能力分析

11.3.4 公司获利能力分析

11.4 广东加多宝饮料食品有限公司

11.4.1 2013-2015年公司发展状况分析

11.4.2 公司偿债能力分析

11.4.3 公司营运能力分析

11.4.4 公司获利能力分析

11.5 杭州顶津食品有限公司

11.5.1 2013-2015年公司发展状况分析

11.5.2 公司偿债能力分析

11.5.3 公司营运能力分析

11.5.4 公司获利能力分析

11.6 浙江加多宝饮料有限公司

11.6.1 2013-2015年公司发展状况分析

11.6.2 公司偿债能力分析

11.6.3 公司营运能力分析

- 11.6.4 公司获利能力分析
- 11.7 红牛维他命饮料有限公司
 - 11.7.1 2013-2015年公司发展状况分析
 - 11.7.2 公司偿zhai能力分析
 - 11.7.3 公司营运能力分析
 - 11.7.4 公司获利能力分析
- 11.8 康师傅（沈阳）饮品有限公司
 - 11.8.1 2013-2015年公司发展状况分析
 - 11.8.2 公司偿zhai能力分析
 - 11.8.3 公司营运能力分析
 - 11.8.4 公司获利能力分析
- 11.9 福建加多宝饮料有限公司
 - 11.9.1 2013-2015年公司发展状况分析
 - 11.9.2 公司偿zhai能力分析
 - 11.9.3 公司营运能力分析
 - 11.9.4 公司获利能力分析
- 11.10 浙江香飘飘食品有限公司
 - 11.10.1 2013-2015年公司发展状况分析
 - 11.10.2 公司偿zhai能力分析
 - 11.10.3 公司营运能力分析
 - 11.10.4 公司获利能力分析
- 11.12 郑州顶津食品有限公司
 - 11.12.1 2013-2015年公司发展状况分析
 - 11.12.2 公司偿zhai能力分析
 - 11.12.3 公司营运能力分析
 - 11.12.4 公司获利能力分析
- 11.13 浙江娃哈哈昌盛饮料集团有限公司
 - 11.13.1 2013-2015年公司发展状况分析
 - 11.13.2 公司偿zhai能力分析
 - 11.13.3 公司营运能力分析
 - 11.13.4 公司获利能力分析
- 11.14 加多宝饮料有限公司
 - 11.14.1 2013-2015年公司发展状况分析
 - 11.14.2 公司偿zhai能力分析
 - 11.14.3 公司营运能力分析

11.14.4 公司获利能力分析

11.15 湖北元阳食品有限公司

11.15.1 2013-2015年公司发展状况分析

11.15.2 公司偿债能力分析

11.15.3 公司营运能力分析

11.15.4 公司获利能力分析

11.16 成都市美迪特饮料有限公司

11.16.1 2013-2015年公司发展状况分析

11.16.2 公司偿债能力分析

11.16.3 公司营运能力分析

11.16.4 公司获利能力分析

图表目录

图表：我国茶饮料行业的产业链结构图

图表：2012年1月～2016年3月我国软饮料月度产量及增速

图表：2012年1月～2016年3月我国碳酸饮料月度产量及增速

图表：2012年1月～2016年3月我国瓶（罐）装饮用水月度产量及增速

图表：2012年1季度～2016年1季度我国软饮料累计销量

图表：2012年1季度～2016年1季度我国城乡居民累计收入及增速

图表：2012年1月～2016年3月限额以上批发零售业饮料类商品零售总值

图表：2016年1～3月我国软饮料出厂价格指数

图表：2012年1月～2016年3月我国果蔬汁月度出口量及同比增速

图表：2012年1月～2016年3月我国橙汁月度出口量及同比增速

图表：2012年1月～2016年3月我国苹果汁月度出口量及同比增速

图表：2013-2015年中国饮料行业企业数量增长趋势

图表：2016年1～3月我国软饮料月度产量及同比增速

图表：2016年1～3月我国碳酸饮料月度产量及同比增速

图表：2014年以来我国果汁和蔬菜汁饮料类月度产量及同比增速

图表：2010年1月-2015年3月我国软饮料产量及增速（单位：万吨，%）

图表：2013-2015年软饮料制造业利润总额及同比增速

图表：2013-2015年以来我国农产品批发价格指数

图表：2013-2015年我国原材料、燃料、动力购进价格指数

图表：2013-2015年我国农产品批发价格指数

图表：2013-2015年茶饮料及销售额

图表：2013-2015年我国人口及其自然增长率变化趋势

图表：2013-2015年我国出口人口性别比变化情况

图表：2015年末各年龄段人口比重

图表：2013-2015年我国各年龄段人口比重变化情况

图表：2013-2015年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：2013-2015年3月我国社会消费品零售总额及其增长速度

图表：我国社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表：2016年3月份社会消费品零售总额主要数据

图表：按购买行为因素细分市场

图表：各类饮料的购买场景

图表：果汁饮料和茶饮料消费频次差异

图表：对果汁饮料和茶饮料价格接受程度差异

图表：果汁饮料和茶饮料目标消费者差异

(GYYS)

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/252834252834.html>