

2016-2022年中国茶饮料产业发展监测及投资规划 研究报告

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年中国茶饮料产业发展监测及投资规划研究报告》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/235587235587.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

茶饮料是指用水浸泡茶叶，经抽提、过滤、澄清等工艺制成的茶汤或在茶汤中加入水、糖液、酸味剂、食用香精、果汁或植（谷）物抽提液等调制加工而成的制品。茶饮料是指以茶叶的萃取液、茶粉、浓缩液为主要原料加工而成的饮料，具有茶叶的独特风味，含有天然茶多酚、咖啡碱等茶叶有效成分，兼有营养、保健功效，是清凉解渴的多功能饮料。

我国茶饮料市场呈现两大特点，首先，茶饮料行业整体进入成熟期，茶饮料品牌集中度越来越突出。其次，众多凉茶企业抢夺市场份额，凉茶市场呈现群雄混战局势。目前，国内茶饮料市场品牌集中化的趋势较为明显。据统计，销售排名前十位的茶饮料品牌，市场份额超过96%。其中，统一、康师傅、麒麟、王老吉、三得利、雀巢的市场占有率达到九成左右。正是看好茶饮料的未来发展前景，可口可乐等知名品牌也纷纷进军茶饮料市场。茶饮料是茶产业发展的重要方向，这是因为茶饮料是茶的深加工、精加工，是茶产业的升级。目前茶饮料市场两极分化严重，相关数据显示，在茶饮料市场，康师傅与统一各自占据了40%的市场份额。

目前，茶饮料市场有700亿至800亿元。根据对茶饮料行业调查资料，预计未来几年我国茶饮料产业市场难以继续前几年高速增长，在2013-2015年是行业的转折点，预计未来几年行业出现调整，产品结构调整，未来几年茶饮料市场容量大致与目前规模相当，到2020年市场容量大约是700多亿元。未来茶饮料企业将调整产品以及市场策略，行业创新将会出现大面积，行业企业的销售额和盈利水平也会提高。预计到2020年茶饮料企业的销售收入将超过700亿元。

中国报告网发布的《2016-2022年中国茶饮料产业发展监测及投资规划研究报告》首先介绍了茶饮料行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

【报告大纲】

第一章 中国茶饮料行业发展综述

1.1 茶饮料行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业主要产品大类

1.2 茶饮料行业统计标准

1.2.1 茶饮料行业统计部门和统计口径

1.2.2 茶饮料行业统计方法

1.2.3 茶饮料行业数据种类

1.3 茶饮料行业供应链分析

1.3.1 茶饮料行业上下游产业供应链简介

1.3.2 茶饮料行业下游需求分析

- (1) 居民收入水平
- (2) 居民消费信心
- (3) 居民消费结构
- (4) 居民消费行为

1.3.3 茶饮料行业上游产业供应链分析

- (1) 茶叶产业发展现状及趋势分析
- (2) 酸味剂行业发展现状及趋势分析
- (3) 香精市场发展现状及价格分析
- (4) 白糖市场发展现状及价格分析

第二章 茶饮料行业发展状况分析

2.1 中国茶饮料行业发展状况分析

2.1.1 中国茶饮料行业发展总体概况

2.1.2 中国茶饮料行业发展主要特点

2.1.3 茶饮料行业经营情况分析

- (1) 茶饮料行业经营效益分析
- (2) 茶饮料行业盈利能力分析
- (3) 茶饮料行业运营能力分析
- (4) 茶饮料行业偿债能力分析
- (5) 茶饮料行业发展能力分析

2.2 茶饮料行业经济指标分析

2.2.1 茶饮料行业主要经济效益影响因素

2.2.2 茶饮料行业经济指标分析

2.2.3 不同规模企业经济指标分析

2.2.4 不同性质企业经济指标分析

2.2.5 不同地区企业经济指标分析

2.3 茶饮料行业供需平衡分析

2.3.1 全国茶饮料行业供给情况分析

- (1) 全国茶饮料行业总产值分析
- (2) 全国茶饮料行业产成品分析

2.3.2 各地区茶饮料行业供给情况分析

- (1) 总产值排名前10个地区分析
- (2) 产成品排名前10个地区分析

2.3.3 全国茶饮料行业需求情况分析

(1) 全国茶饮料行业销售产值分析

(2) 全国茶饮料行业销售收入分析

2.3.4 各地区茶饮料行业需求情况分析

(1) 销售产值排名前10个地区分析

(2) 销售收入排名前10个地区分析

2.3.5 全国茶饮料行业产销率分析

2.4 茶饮料行业进出口市场分析

2.4.1 茶饮料行业进出口状况综述

2.4.2 茶饮料行业出口市场分析

(1) 行业出口整体情况

(2) 行业出口产品结构

2.4.3 茶饮料行业进口市场分析

(1) 行业进口整体情况

(2) 行业进口产品结构

2.4.4 茶饮料行业进出口前景及建议

(1) 茶饮料行业出口前景及建议

(2) 茶饮料行业进口前景及建议

第三章 茶饮料行业市场环境分析

3.1 行业政策环境分析

3.1.1 行业相关政策动向

(1) 卫生部批准允许夏枯草等为凉茶饮料原料

(2) 新的《茶饮料》国家标准开始实施

(3) 工信部要求：食品企业建立产品召回制度

(4) 《中华人民共和国食品安全法》正式实施

(5) 《饮料通则》正式实施

3.1.2 茶饮料行业发展规划

3.2 行业经济环境分析

3.2.1 国际宏观经济环境分析

3.2.2 国内宏观经济环境分析

3.2.3 行业宏观经济环境分析

3.3 茶饮料消费市场分析

3.3.1 茶饮料消费者基本特征

3.3.2 茶饮料消费者心理特征

3.3.3 茶饮料消费需求分析

3.3.4 茶饮料消费趋势分析

3.3.5 茶饮料和果汁饮料消费者对比分析

(1) 茶饮料和果汁饮料的消费差异

(2) 茶饮料和果汁饮料的消费共性

3.4 行业社会环境分析

3.4.1 行业发展与社会经济的协调

3.4.2 行业发展的地区不平衡问题

3.4.3 行业发展与茶文化传播的关系

第四章 茶饮料行业市场竞争状况分析

4.1 行业总体市场竞争状况分析

4.2 行业国际市场竞争状况分析

4.2.1 国际茶饮料市场发展状况

4.2.2 国际茶饮料市场竞争状况分析

4.2.3 国际茶饮料市场发展趋势分析

4.2.4 跨国公司在华市场的投资布局

(1) 可口可乐在华投资布局分析

(2) 百事可乐在华投资布局分析

(3) 雀巢在华投资布局分析

(4) 三得利在华投资布局分析

4.2.5 跨国公司在华的竞争策略分析

4.3 行业国内市场竞争状况分析

4.3.1 国内茶饮料行业竞争格局分析

4.3.2 国内茶饮料行业竞争模式分析

4.3.3 国内茶饮料行业集中度分析

(1) 行业销售集中度分析

(2) 行业资产集中度分析

(3) 行业利润集中度分析

4.3.4 国内茶饮料行业市场规模分析

4.4 行业替代品市场分析

4.4.1 国内软饮料市场规模分析

4.4.2 国内软饮料市场竞争状况

4.4.3 国内果汁饮料市场分析

(1) 果汁饮料市场现状分析

(2) 果汁饮料市场发展前景及预测

(3) 果汁饮料未来发展趋势分析

4.4.4 国内碳酸饮料市场分析

- (1) 碳酸饮料市场现状分析
- (2) 碳酸饮料市场发展前景分析
- (3) 碳酸饮料发展趋势分析
- 4.4.5 国内乳饮料市场分析
 - (1) 乳饮料市场现状分析
 - (2) 乳饮料市场发展前景分析
 - (3) 乳饮料发展趋势分析
- 4.4.6 国内蔬菜汁饮料市场分析
 - (1) 蔬菜汁饮料市场现状分析
 - (2) 蔬菜汁饮料市场发展前景分析
 - (3) 蔬菜汁饮料发展趋势分析
- 4.4.7 国内瓶装饮用水市场分析
 - (1) 瓶装饮用水市场现状分析
 - (2) 瓶装饮用水市场发展前景分析
 - (3) 瓶装饮用水市场发展趋势分析
- 4.5 行业投资兼并与重组整合分析
 - 4.5.1 茶饮料行业投资兼并与重组整合概况
 - 4.5.2 国际茶饮料企业投资兼并与重组整合
 - 4.5.3 国内茶饮料企业投资兼并与重组整合
 - 4.5.4 茶饮料行业投资兼并与重组整合特征判断
- 4.6 行业不同经济类型企业特征分析
 - 4.6.1 不同经济类型企业特征情况
 - 4.6.2 行业经济类型集中度分析
- 第五章 茶饮料行业主要产品市场分析
 - 5.1 行业主要产品结构特征
 - 5.1.1 行业产品结构特征分析
 - 5.1.2 行业产品市场发展概况
 - 5.1.3 行业产品市场价格分析
 - 5.2 行业主要产品市场分析
 - 5.2.1 纯茶饮料市场分析
 - 5.2.2 红茶饮料市场分析
 - 5.2.3 绿茶饮料市场分析
 - 5.2.4 汽茶饮料市场分析
 - 5.2.5 其它茶饮料市场分析
 - 5.3 行业产品生产工艺分析

5.3.1 茶饮料生产工艺分析

5.3.2 茶饮料加工技术分析

5.3.3 茶饮料生产工艺发展趋势

5.4 行业产品包装技术分析

5.4.1 国际茶饮料包装技术分析

5.4.2 国内传统茶饮料包装技术分析

5.4.3 茶饮料新品包装的设计策略

5.4.4 茶饮料包装技术发展趋势

第六章 行业产品营销策略及广告定位分析

6.1 城市居民茶饮料消费特征分析

6.1.1 城市居民茶饮料购买比例

6.1.2 不同人口特征城市居民的茶饮料购买比例

(1) 不同性别居民的茶饮料购买分析

(2) 不同年龄居民的茶饮料购买分析

(3) 不同学历居民的茶饮料购买分析

(4) 不同收入居民的茶饮料购买分析

6.2 茶饮料行业产品营销策略分析

6.2.1 行业产品品牌策略分析

6.2.2 行业产品终端策略分析

(1) 行业主要产品终端促销分析

(2) 行业主要产品终端活化分析

6.2.3 行业产品销售渠道分析

(1) 行业产品销售渠道现状

(2) 行业产品渠道网络中存在的问题

(3) 行业产品销售渠道发展策略及趋势

6.2.4 行业产品营销策略案例分析

(1) 康师傅茶饮料营销策略分析

(2) 统一茶饮料营销策略分析

(3) 娃哈哈茶饮料营销策略分析

(4) 旭日升茶饮料营销策略分析

(5) 健力宝茶饮料营销策略分析

(6) 可口可乐茶饮料营销策略分析

6.3 茶饮料行业产品广告策略分析

6.3.1 行业主要品牌广告策略

6.3.2 行业产品市场定位分析

6.3.3 行业产品广告投放策略

6.3.4 行业产品广告代言人策略

6.4 不同媒介接触频率居民茶饮料消费

6.4.1 不同电视媒介接触频率居民茶饮料消费情况

6.4.2 不同广播媒介接触频率居民茶饮料消费情况

6.4.3 不同报纸媒介接触频率居民茶饮料消费情况

6.4.4 不同杂志媒介接触频率居民茶饮料消费情况

6.4.5 不同网络媒介接触频率居民茶饮料消费情况

第七章 茶饮料行业重点区域市场分析

7.1 行业总体区域结构特征分析

7.1.1 行业区域结构总体特征

7.1.2 行业区域集中度分析

7.2 行业重点区域产销情况分析

7.2.1 华北地区茶饮料行业产销情况分析

(1) 天津市茶饮料行业产销情况分析

(2) 河北省茶饮料行业产销情况分析

(3) 北京市茶饮料行业产销情况分析

(4) 内蒙古茶饮料行业产销情况分析

7.2.2 东北地区茶饮料行业产销情况分析

(1) 辽宁省茶饮料行业产销情况分析

(2) 吉林省茶饮料行业产销情况分析

(3) 黑龙江省茶饮料行业产销情况分析

7.2.3 华东地区茶饮料行业产销情况分析

(1) 上海市茶饮料行业产销情况分析

(2) 江苏省茶饮料行业产销情况分析

(3) 浙江省茶饮料行业产销情况分析

(4) 山东省茶饮料行业产销情况分析

(5) 福建省茶饮料行业产销情况分析

(6) 江西省茶饮料行业产销情况分析

(7) 安徽省茶饮料行业产销情况分析

7.2.4 华中地区茶饮料行业产销情况分析

(1) 湖南省茶饮料行业产销情况分析

(2) 湖北省茶饮料行业产销情况分析

(3) 河南省茶饮料行业产销情况分析

7.2.5 华南地区茶饮料行业产销情况分析

- (1) 广东省茶饮料行业产销情况分析
- (2) 广西省茶饮料行业产销情况分析
- 7.2.6 西南地区茶饮料行业产销情况分析
 - (1) 四川省茶饮料行业产销情况分析
 - (2) 贵州省茶饮料行业产销情况分析
 - (3) 重庆市茶饮料行业产销情况分析
- 7.2.7 西北地区茶饮料行业产销情况分析
 - (1) 陕西省茶饮料行业产销情况分析
 - (2) 新疆茶饮料行业产销情况分析
- 第八章 茶饮料行业主要企业生产经营分析
 - 8.1 茶饮料企业发展总体状况分析
 - 8.1.1 茶饮料企业规模
 - 8.1.2 茶饮料行业工业产值状况
 - 8.1.3 茶饮料行业销售收入和利润
 - 8.1.4 主要茶饮料企业创新能力分析
 - 8.2 茶饮料行业领先企业个案分析
 - 8.2.1 深圳市深宝实业股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 主要经济指标分析
 - (3) 企业盈利能力分析
 - (4) 企业运营能力分析
 - (5) 企业偿债能力分析
 - (6) 企业发展能力分析
 - (7) 企业组织架构分析
 - (8) 企业产品结构及新产品动向
 - (9) 企业销售渠道与网络
 - (10) 企业经营状况优劣势分析
 - (11) 企业投资兼并与重组分析
 - (12) 企业最新发展动向分析
 - 8.2.2 杭州顶津食品有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.3 杭州娃哈哈乐维食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.4 三得利(上海)食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.5 武汉统一企业食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.6 广州顶津食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.7 上海锦江麒麟饮料食品公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析

8.2.8 农夫山泉浙江千岛湖有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.9 乐百氏（广东）食品饮料有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

8.2.10 广东健力宝集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况优劣势分析

(5) 企业最新发展动向分析

第九章 茶饮料行业发展趋势分析与预测

9.1 中国茶饮料市场发展趋势

9.1.1 中国茶饮料市场发展趋势分析

9.1.2 中国茶饮料市场发展前景预测

9.2 茶饮料行业投资特性分析

9.2.1 茶饮料行业进入壁垒分析

9.2.2 茶饮料行业盈利模式分析

9.2.3 茶饮料行业盈利因素分析

9.3 中国茶饮料行业投资建议

9.3.1 茶饮料行业投资风险

9.3.2 茶饮料行业主要投资建议

图表目录

图表 1：茶饮料行业产业链示意图

图表 2：城乡居民收入与财政收入增速比较（单位：%）

图表 3：城镇居民酒和饮料消费支出情况（单位：元）

图表 4：国内白糖现货市场价格（单位：元/吨）

图表 5：国内白糖产销进度情况（部分产区）（单位：万吨，%）

图表 6：茶饮料行业经营效益分析（单位：个，人，万元，%）

图表 7：中国茶饮料行业盈利能力分析（单位：%）

图表 8：中国茶饮料行业运营能力分析（单位：次）

- 图表 9：中国茶饮料行业偿债能力分析（单位：%、倍）
- 图表 10：中国茶饮料行业发展能力分析（单位：%）
- 图表 11：茶饮料行业主要经济指标统计表（单位：万元、个、%）
- 图表 12：中国大型茶饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元、个、%）
- 图表 13：中国中型茶饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元、个、%）
- 图表 14：中国小型茶饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元、个、%）
- 图表 15：不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：%）
- 图表 16：不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）
- 图表 17：不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）
- 图表 18：不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）
- 图表 19：国有茶饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元、个、%）
- 图表 20：集体茶饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元、个、%）
- 图表 21：股份合作茶饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元、个、%）
- 图表 22：股份制茶饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元、个、%）
- 图表 23：私营茶饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元、个、%）
- 图表 24：外商和港澳台投资茶饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元、个、%）
- 图表 25：其他性质茶饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元、个、%）
- 图表 26：不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%）
- 图表 27：不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）
- 图表 28：不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）
- 图表 29：不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）
- 图表 30：居前的10个省市销售收入统计表（单位：万元、%）
- 图表 31：居前的10个省市销售收入比重图（单位：%）
- 图表 32：居前的10个省市资产总额统计表（单位：万元、%）
- 图表 33：居前的10个省市资产总额比重图（单位：%）
- 图表 34：居前的10个省市负债统计表（单位：万元、%）
- 图表 35：居前的10个省市负债比重图（单位：%）
- 图表 36：居前的10个省市销售利润统计表（单位：万元、%）
- 图表 37：居前的10个省市销售利润比重图（单位：%）
- 图表 38：居前的10个省市利润总额统计表（单位：万元、%）
- 图表 39：居前的10个省市利润总额比重图（单位：%）
- 图表 40：居前的10个省市产成品统计表（单位：万元、%）
- 图表 41：居前的10个省市产成品比重图（单位：%）
- 图表 42：居前的10个省市单位数及亏损单位数统计表（单位：个）
- 图表 43：居前的10个省市企业单位数比重图（单位：%）

- 图表 44：居前的10个亏损省市亏损总额统计表（单位：万元，%）
- 图表 45：居前的10个亏损省市亏损总额比重图（单位：%）
- 图表 46：茶饮料行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）
- 图表 47：茶饮料行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）
- 图表 48：工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
- 图表 49：工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）
- 图表 50：产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
- 图表 51：产成品居前的10个地区比重图（单位：%）
- 图表 52：茶饮料行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）
- 图表 53：茶饮料行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）
- 图表 54：销售产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
- 图表 55：销售产值居前的10个地区比重图（单位：%）
- 图表 56：销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
- 图表 57：销售收入居前的10个地区比重图（单位：%）
- 图表 58：全国茶饮料行业产销率变化趋势图（单位：%）
- 图表 59：中国茶饮料行业进出口状况表（单位：万美元，%）
- 图表 60：茶饮料行业产品出口月度金额走势图（单位：万美元）
- 图表 61：中国茶饮料行业出口产品（单位：立方米，吨，万美元）
- 图表 62：茶饮料行业出口产品结构（单位：%）
- 图表 63：茶饮料行业产品进口月度金额走势图（单位：万美元）
- 图表 64：中国茶饮料行业进口产品（单位：立方米，万美元）
- 图表 65：茶饮料行业进口产品结构（单位：%）
- 图表 66：中国茶饮料行业产值区域分布（单位：%）
- 图表 67：茶饮料行业竞争格局（单位：%）
- 图表 68：中国茶饮料行业销售收入前十排名（单位：万元，%）
- 图表 69：中国茶饮料行业前10名厂商销售额及销售份额（单位：万元，%）
- 图表 70：茶饮料行业销售集中度变化图（单位：%）
- 图表 71：中国茶饮料行业前10名厂商资产规模（单位：万元，%）
- 图表 72：茶饮料行业资产集中度变化图（单位：%）
- 图表 73：中国茶饮料行业前10名厂商利润情况（单位：万元，%）
- 图表 74：茶饮料行业利润集中度变化图（单位：%）
- 图表 75：中国茶饮料行业市场规模变化趋势及预测（单位：亿元，%）
- 图表 76：中国软饮料行业市场规模变化趋势图（单位：亿元）
- 图表 77：中国软饮料市场竞争格局（单位：%）
- 图表 78：中国果汁行业资产及销售规模分析（单位：亿元，%）

- 图表 79：果汁行业出口比重（单位：%）
- 图表 80：中国果汁行业前景预测（单位：亿元，%）
- 图表 81：碳酸饮料行业资产负债规模变化趋势图（单位：亿元，%）
- 图表 82：碳酸饮料行业工业总产值趋势图（单位：亿元，%）
- 图表 83：碳酸饮料行业销售收入趋势图（单位：亿元，%）
- 图表 84：2016-2022年碳酸饮料行业市场规模预测（单位：亿元，%）
- 图表 85：含乳饮料和植物蛋白饮料行业资产负债规模变化趋势图（单位：亿元，%）
- 图表 86：含乳饮料和植物蛋白饮料行业工业总产值趋势图（单位：亿元，%）
- 图表 87：含乳饮料和植物蛋白饮料行业销售收入趋势图（单位：亿元，%）
- 图表 88：2016-2022年含乳饮料和植物蛋白饮料行业市场规模预测（单位：亿元，%）
- 图表 89：瓶（罐）装饮用水行业资产负债规模变化趋势图（单位：亿元，%）
- 图表 90：瓶（罐）装饮用水行业工业总产值趋势图（单位：亿元，%）
- 图表 91：瓶（罐）装饮用水行业销售收入趋势图（单位：亿元，%）
- 图表 92：2016-2022年瓶（罐）装饮用水行业市场规模预测（单位：亿元，%）
- 图表 93：茶饮料行业企业的所有制结构特征（单位：个，万元）
- 图表 94：茶饮料行业不同经济类型企业的财务状况比较（一）（单位：% ，次）
- 图表 95：茶饮料行业不同经济类型企业的财务状况比较（二）（单位：%）
- 图表 96：中国茶饮料行业不同经济类型企业销售收入比较（单位：亿元）
- 图表 97：中国茶饮料行业销售收入按经济类型百分比（单位：%）
- 图表 98：行业经济类型占比（按销售收入）（单位：%）
- 图表 99：行业经济类型集中度变化趋势图（按销售收入）（单位：%）
- 图表 100：六城市居民各类饮料购买比例（单位：% ，人）
- 图表 101：六城市不同性别居民饮料购买比例（单位：% ，人）
- 图表 102：六城市不同年龄居民茶饮料的购买比例（单位：% ，人）
- 图表 103：六城市不同学历居民茶饮料的购买比例（单位：% ，人）
- 图表 104：六城市不同收入居民茶饮料的购买比例（单位：% ，人）
- 图表 105：消费者最常购买的主要地点
- 图表 106：茶饮料广告花费对比（单位：百万）
- 图表 107：广告花费TOP4茶饮料品牌对比对比（单位：百万）
- 图表 108：不同电视媒介接触频率居民饮料消费情况（单位：% ，人）
- 图表 109：不同广播媒介接触频率居民饮料消费情况（单位：% ，人）
- 图表 110：不同报纸媒介接触频率居民饮料消费情况（单位：% ，人）
- 图表 111：不同杂志媒介接触频率居民饮料消费情况（单位：% ，人）
- 图表 112：不同网络媒介接触频率居民饮料消费情况（单位：% ，人）
- 图表 113：中国茶饮料企业区域市场情况（单位：个，亿元）

图表 114：茶饮料行业各区域企业数量情况（单位：%）

图表 115：茶饮料行业各区域全部销售收入情况（单位：%）

图表 116：茶饮料行业各区域资产总计情况（单位：%）

图表 117：中国茶饮料行业二十个省市销售收入排名情况（单位：亿元）

图表 118：中国茶饮料行业销售收入按省市累计百分比（单位：%）

图表 119：中国茶饮料行业销售收入前五和前十的省市占比情况（单位：%）

图表 120：中国茶饮料行业前五个省市销售收入占比及标准差情况（单位：%）

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

2016-2022年中国功能性饮料产业专项调研及发展态势预测报告

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/235587235587.html>