

# 2016-2022年中国凉茶产业专项调查与发展定位分析报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国凉茶产业专项调查与发展定位分析报告》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/236917236917.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年中国凉茶产业专项调查与发展定位分析报告》首先介绍了凉茶行业市场相关概念、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。

### 第一章 2014-2015年中国茶饮料行业发展态势分析 14

#### 第一节 2014-2015年中国茶饮料行业发展概述 14

##### 一、中国茶饮料发展变化 14

##### 二、茶饮料行业特征分析 15

##### 三、驱动行业发展的宏观因素解析 17

##### 四、国内外茶饮料包装市场深度解读 17

#### 第二节 2014-2015年中国茶饮料市场运营分析 20

##### 一、健康意识助推茶饮料市场迅速增长 20

##### 二、茶饮料市场呈蓬勃发展态势 21

##### 三、中国茶饮料口味发展浅析 22

##### 四、茶饮料与果汁饮料消费需求差异对比解析 22

#### 第三节 2014-2015年中国茶饮料市场结构及需求分析 25

##### 一、茶饮料消费者需求分析 25

##### 二、茶饮料品牌渗透率 27

##### 三、茶饮料品牌比例 27

#### 第四节 中国茶饮料市场的问题与对策分析 28

##### 一、中国茶饮料产业存在的主要问题 28

##### 二、推动中国茶饮料市场发展的建议 29

##### 三、茶饮料品牌营销策略探讨 29

##### 四、中国茶饮料行业的竞争战略研究 31

### 第二章 中国凉茶行业市场运行环境解析 33

#### 第一节 中国宏观经济环境分析 33

##### 一、2015年中国GDP增长情况分析 33

##### 二、2015年工业经济发展形势分析 34

##### 三、2015年全社会固定资产投资分析 36

##### 四、2015年社会消费品零售总额分析 38

##### 五、2015年城乡居民收入与消费分析 39

##### 六、2015年对外贸易的发展形势分析 41

## 第二节 中国凉茶市场政策环境分析 44

- 一、预包装凉茶列入QS认证 44
- 二、广药领衔制定国家凉茶标准 44
- 三、《凉茶文化与产业发展公约》签署 44

## 第三节 中国凉茶市场社会环境分析 45

- 一、凉茶具有独特的文化底蕴 45
- 二、中国人的饮食习惯 45
- 三、人口环境分析 46
- 四、居民的各种消费观念 49

## 第三章 2014-2015年中国凉茶行业市场运行态势剖析 51

### 第一节 2014-2015年中国凉茶行业发展动态分析 51

- 一、保护凉茶文化 51
- 二、广药老挝抢建药材基地 52
- 三、白云山凉茶投资南非设生产基地 52

### 第二节 2014-2015年中国凉茶市场发展现状分析 53

- 一、解析凉茶市场新格局 53
- 二、凉茶步入高速发展期 53
- 三、凉茶的保护体系分析 54
- 四、中国凉茶入选非物质文化遗产 54

### 第三节 传统凉茶谋求多元化发展 55

### 第四节 2014-2015年中国凉茶市场发展的瓶颈 55

## 第四章 2008-2015年中国凉茶制造所属行业数据监测分析 57

### 第一节 2014-2015年中国茶饮料及其他饮料制造行业发展分析 57

- 一、2014年中国茶饮料及其他饮料制造行业发展概况 57
- 三、2015年中国茶饮料及其他饮料制造行业发展概况 60

### 第二节 2008-2015年中国茶饮料及其他饮料制造行业规模分析 62

- 一、企业数量增长分析 62
- 二、资产规模增长分析 64
- 三、销售规模增长分析 66
- 四、利润规模增长分析 67

### 第三节 2014-2015年中国茶饮料及其他饮料制造行业结构分析 69

- 一、企业数量结构分析 69
- 二、资产规模结构分析 70
- 三、销售规模结构分析 72
- 四、利润规模结构分析 73

#### 第四节 2008-2015年中国茶饮料及其他饮料制造行业产值分析 75

- 一、产成品增长分析 75
- 二、工业销售产值分析 77
- 三、出口 交货值分析 78

#### 第五节 2008-2015年中国茶饮料及其他饮料制造行业成本费用分析 80

- 一、销售成本分析 80
- 二、主要费用分析 80

#### 第六节 2008-2015年中国茶饮料及其他饮料制造行业运营效益分析 83

- 一、偿债能力分析 83
- 二、盈利能力分析 85
- 三、运营能力分析 91

#### 第七节 2011-2015年中国茶饮料及其他饮料制造行业集中度分析 96

- 一、资产集中度分析 96
- 二、销售集中度分析 96
- 三、利润集中度分析 97

### 第五章 2014-2015年中国凉茶市场运营态势分析 98

#### 第一节 2014-2015年中国凉茶市场动态分析 98

- 一、王老吉凉茶商标争夺情况 98
- 二、邓老凉茶换装争夺市场 98
- 三、加多宝继续领跑凉茶市场 99
- 四、广药制定“136”战略 100

#### 第二节 2014-2015年中国品牌凉茶市场供需规模 102

- 一、中国凉茶生产情况 102
- 二、中国品牌凉茶销售情况 102

### 第六章 2014-2015年中国凉茶市场营销解析 104

#### 第一节 2014-2015年中国凉茶市场营销渠道分析 104

#### 第二节 2014-2015年中国凉茶产业市场营销案例分析 105

- 一、王老吉凉茶市场营销案例 105
- 二、黄振龙凉茶的连锁加盟发展之路 113
- 三、广东凉茶行业发展的关键点分析 114
- 四、和其正凉茶市场营销案例分析 114
- 五、清酷凉茶市场推广策略分析 117

### 第七章 2014-2015年中国凉茶市场消费调研 120

#### 第一节 受访者基本情况分析 120

- 一、受访者性别比例 120

- 二、受访者年龄分布 120
- 三、受访者地区分布 121
- 四、受访者对凉茶认知情况分析 121
- 第二节 中国消费者凉茶消费情况调研 122
  - 一、消费者喝凉茶的频率分析 122
  - 二、消费者对凉茶价格敏感度分析 122
  - 三、消费者购买凉茶的渠道分析 123
- 第三节 影响消费者购买的因素分析 123
- 第八章 2014-2015年中国凉茶市场竞争格局透析 125
  - 第一节 2014-2015年中国凉茶行业竞争动态分析 125
    - 一、中国凉茶品牌竞争分析 125
    - 二、广药五大凉茶陷入同业竞争 126
    - 三、广东凉茶图谋全国市场文化为底蕴叫板世界名牌 127
  - 第二节 2014-2015年中国凉茶市场竞争格局 128
    - 一、凉茶品牌市场份额分析 128
    - 二、凉茶行业市场竞争趋向 128
    - 三、加多宝王老吉呈现二元竞争趋势 129
  - 第三节 2014-2015年凉茶市场竞争优势分析 130
  - 第四节 2014-2016年中国凉茶行业竞争趋势分析 130
- 第九章 2014-2015年中国凉茶优势企业竞争力及关键性数据分析 131
  - 第一节 广东加多宝饮料食品有限公司 131
    - 一、公司基本情况分析 131
    - 二、王老吉历年销售收入 131
    - 三、企业主要经济指标 132
    - 四、企业偿债能力分析 133
    - 五、企业盈利能力分析 133
    - 六、企业运营能力分析 133
  - 第二节 福建达利食品有限公司 134
    - 一、公司基本情况 134
    - 二、公司发展历程分析 134
    - 三、企业经营情况分析 136
    - 四、和其正产品定位分析 137
  - 第三节 广州黄振龙凉茶有限公司 137
    - 一、公司基本情况 137
    - 二、公司发展历程分析 139

- 三、公司主要产品分析 139
- 四、公司营销网络分析 140
- 第四节 广州邓老凉茶药业集团有限公司 141
  - 一、公司基本情况 141
  - 二、邓老凉茶产品定位 141
  - 三、邓老凉茶五大核心元素 141
- 第五节 恩尼世集团 142
  - 一、公司基本情况 142
  - 二、公司所获荣誉 142
  - 三、清酷产品介绍 143
  - 四、恩尼投资中国 143
- 第六节 广东星华保健饮料有限公司 143
  - 一、公司基本情况分析 143
  - 二、企业主要经济指标 143
  - 三、企业偿债能力分析 144
  - 四、企业盈利能力分析 145
  - 五、企业运营能力分析 145
- 第七节 桂林安和药业有限公司 146
  - 一、公司基本情况分析 146
  - 二、企业主要经济指标 147
  - 三、企业偿债能力分析 147
  - 四、企业盈利能力分析 148
  - 五、企业运营能力分析 148
- 第八节 揭阳市泰和天然植物食品有限公司 149
  - 一、公司基本情况分析 149
  - 二、企业主要经济指标 149
  - 三、企业偿债能力分析 150
  - 四、企业盈利能力分析 150
  - 五、企业运营能力分析 151
- 第九节 萍乡市天旺食品饮料厂 151
  - 一、公司基本情况分析 151
  - 二、企业主要经济指标 152
  - 三、企业偿债能力分析 152
  - 四、企业盈利能力分析 153
  - 五、企业运营能力分析 153

## 第十节 深圳市深晖企业有限公司 154

一、公司基本情况分析 154

二、企业主要经济指标 154

三、企业偿债能力分析 155

四、企业盈利能力分析 156

五、企业运营能力分析 156

## 第十一节 温州立品康食品饮料有限公司 157

一、公司基本情况分析 157

二、企业主要经济指标 157

三、企业偿债能力分析 158

四、企业盈利能力分析 159

五、企业运营能力分析 159

## 第十二节 中山市嘉乐保健饮料有限公司 160

一、公司基本情况分析 160

二、企业主要经济指标 160

三、企业偿债能力分析 161

四、企业盈利能力分析 162

五、企业运营能力分析 162

## 第十章 2014-2015年中国凉茶市场相关产品市场动态分析 164

### 第一节 碳酸饮料 164

一、碳酸饮料制造行业发展概况 164

二、中国碳酸饮料类产量增长趋势 165

三、碳酸饮料行业发展历程及现状 166

四、美国碳酸饮料市场格局发生变化 167

五、可口可乐与百事可乐在中国市场的业绩比较 168

六、碳酸饮料行业发展趋势分析 169

### 第二节 果汁饮料 170

一、果汁饮料行业发展概况 170

二、中国果汁饮料市场发展概况 171

三、中国果汁饮料市场逐渐走向细分 172

四、果汁饮料企业主打创新牌 173

五、果汁饮料品牌渗透率 174

六、果汁饮料品牌比例 175

### 第三节 乳品饮料 175

一、含乳饮料行业发展概况 175



二、中国液体乳产量增长趋势	177
三、中国含乳饮料行业发展综述	179
四、含乳饮料的市场品牌表现分析	179
五、含乳饮料的市场定位与品牌塑造策略	181
六、含乳饮料发展趋势分析	182
第四节 矿泉水、纯净水市场分析	183
一、瓶装饮用水制造行业发展概况	183
二、中国包装饮用水类产量增长趋势	184
三、中国饮用水行业发展历程	186
四、中国瓶装水市场竞争形态剖析	188
五、中国矿泉水品牌竞争格局分析	188
六、瓶装饮用水销售渠道开拓策略	189
七、瓶装饮用水行业品牌开发策略	190
第十一章 2016-2022年中国凉茶行业发展趋势与前景展望	193
第一节 2016-2022年中国凉茶行业发展前景分析	193
一、凉茶市场前景展望	193
二、凉茶原料前景预测分析	193
第二节 2016-2022年中国凉茶行业发展趋势分析	193
一、凉茶引领健康新趋势	193
二、未来凉茶市场趋势分析	194
三、凉茶市场包装趋势分析	195
第三节 2016-2022年中国凉茶行业市场预测分析	195
一、凉茶市场规模预测	195
二、凉茶市场盈利预测	196
第十二章 2016-2022年中国凉茶行业投资战略研究	197
第一节 2016-2022年中国凉茶行业投资环境分析	197
第二节 2016-2022年中国凉茶行业投资机会分析	199
一、投资潜力分析	199
二、与产业链相关的投资机会分析	199
第三节 2016-2022年中国凉茶行业投资风险预警	199
一、宏观政策风险	199
二、市场竞争风险	200
三、原料供给风险	200
四、食品安全风险	200
第四节 中国凉茶企业品牌推广策略分析	201

## 图表目录

图表 1 中国茶饮料品牌渗透率分析 27

图表 2 中国茶饮料品牌最常饮用比例分析 28

图表 3 2007-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图 34

图表 4 2007-2014年中国人均国内生产总值变化趋势图 34

图表 5 2007-2014年中国全部工业增加值及增长速度趋势图 35

图表 6 2014年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 35

图表 7 2007-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图 37

图表 8 2014年中国社会消费品零售总额同比增长趋势图 38

图表 9 2007-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 39

图表 10 2007-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 40

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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/236917236917.html>