

2021年中国凉茶市场调研报告- 市场规模现状与发展趋势分析

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《2021年中国凉茶市场调研报告-市场规模现状与发展趋势分析》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/532019532019.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

凉茶是一种传统中草药植物性饮料的统称，主要将药性寒凉和能消解人体内热的中草药煎水做饮料喝，可以消除夏季人体内的暑气，或治疗冬日干燥引起的喉咙疼痛等疾患。根据数据显示，我国凉茶行业整体呈上升趋势，2019年市场规模约达800亿元以上。

2011-2019年我国凉茶行业市场规模统计情况 数据来源：公开资料整理

一、供应商的议价能力

供应方主要是通过提高投入要素价格与降低单位价值质量的能力，来影响行业中现有企业的赢利能力与产品竞争力。目前，我国凉茶行业的供应商主要为金银花等中药材原材料商。国内部分凉茶生产商有自己的原料种植地和物流运输链条，所以供应商讨价还价能力较弱。比如，加多宝已经与几大传统的种植基地建立了合作，而且采用的是“企业+种植基地+农户”的共同种植和定向采购模式，分别在9个省份建立了已达10万亩不同的原料种植基地，大多数的原料链条、运输链条都在加多宝的掌握之中。

二、购买者的议价能力

购买者是指接受或消费产品的组织或个人，而购买者的议价力则泛指顾客或消费者的讨价还价或侃价的能力，主要表现为购买者借助是否消费、消费多少和如何消费等侃价行为来增加自身效用而降低产业利润的能力。目前市面上的凉茶主要作为饮料来使用，药物治疗方面效果较弱，所以替代品较多，购买者议价能力较强。

三、新进入者的威胁

潜在进入者会给该行业带来新的生产能力、新资源，同时也在现有的企业市场份额中瓜分一席之地，这就会激化市场竞争，从而导致行业盈利水平降低，甚至严重的话还有可能危及到现有企业的生存。目前，我国凉茶市场主要由加多宝、王老吉、和其正所占领，三家公司都已经初步形成了规模经济，原料、产品、运输、销售渠道、售后服务等这一整个产业链也日趋于完善，再者凉茶企业几乎都有独特的配方技术。因此，这些对于新进入者来说，其进入的壁垒很大，需要在该行业内投入大量的资金与人力，对行业威胁较小。

四、替代品的威胁

替代产品的替代威胁来自行业或产业外部，在波特五力模型中是一种离行业或产业最远但又绝对不容忽视的竞争力量。替代品是指其他产业或企业提供的能够为客户带来相似消费体验的产品或服务。替代产品威胁力的大小受制于替代产品对现有产品的替代程度，替代程度越大，威胁力越强；若某种产品的替代产品较少，那么它所面临的替代威胁就越小。替代品的威胁对凉茶行业来说很大，尤其是面对产品的多样性，消费者行为趋于多样化，企业都在探索着消费者的心理，从而不断开发新的产品。

2019年中国软饮料市场细分构成 数据来源：公开资料整理

影响年轻人茶饮料消费因素 数据来源：公开资料整理

五、同业竞争者的竞争程度

目前，我国凉茶行业呈现出二分天下的市场格局。其中，加多宝市场份额占比达到50%以上；其次是王老吉，约占市场份额的43%左右，而其他凉茶品牌市场份额仅占5%左右。

中国凉茶行业市场份额占比 数据来源：公开资料整理

同时，在2020年中国凉茶品牌力指数排行榜中，王老吉、加多宝、和其正位列排行榜前三，C-

BPI得分分别为669.3、554.6、415.1；同仁堂排名第四，是今年新上榜的凉茶品牌。

2020年中国凉茶品牌力指数排行榜

排名

品牌

C-BPI得分

1

王老吉

669.3

2

加多宝

554.6

3

和其正

415.1

4

同仁堂

275.4

5

黄振龙

252.1

6

板蓝花

230.3

7

娃哈哈

218.7

8

邓老

215.9

9

徐其修

213.8

10

统一

186.6数据来源：公开资料整理（WYD）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国凉茶市场调研报告-市场规模现状与发展趋势分析》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国凉茶行业发展概述

第一节 凉茶行业发展情况概述

- 一、凉茶行业相关定义
- 二、凉茶行业基本情况介绍
- 三、凉茶行业发展特点分析

四、凉茶行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、凉茶行业需求主体分析

第二节 中国凉茶行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、凉茶行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国凉茶行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国凉茶行业生命周期分析

一、凉茶行业生命周期理论概述

二、凉茶行业所属的生命周期分析

第四节 凉茶行业经济指标分析

一、凉茶行业的赢利性分析

二、凉茶行业的经济周期分析

三、凉茶行业附加值的提升空间分析

第五节 中国凉茶行业进入壁垒分析

一、凉茶行业资金壁垒分析

二、凉茶行业技术壁垒分析

三、凉茶行业人才壁垒分析

四、凉茶行业品牌壁垒分析

五、凉茶行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球凉茶行业市场发展现状分析

第一节 全球凉茶行业发展历程回顾

第二节 全球凉茶行业市场区域分布情况

第三节 亚洲凉茶行业地区市场分析

一、亚洲凉茶行业市场现状分析

二、亚洲凉茶行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲凉茶行业市场前景分析

第四节 北美凉茶行业地区市场分析

- 一、北美凉茶行业市场现状分析
- 二、北美凉茶行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美凉茶行业市场前景分析

第五节 欧洲凉茶行业地区市场分析

- 一、欧洲凉茶行业市场现状分析
- 二、欧洲凉茶行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲凉茶行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界凉茶行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球凉茶行业市场规模预测

第三章 中国凉茶产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品凉茶总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国凉茶行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国凉茶产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国凉茶行业运行情况

第一节 中国凉茶行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国凉茶行业市场规模分析

第三节 中国凉茶行业供应情况分析

第四节 中国凉茶行业需求情况分析

第五节 我国凉茶行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国凉茶行业供需平衡分析

第七节 中国凉茶行业发展趋势分析

第五章 中国凉茶所属行业运行数据监测

第一节 中国凉茶所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国凉茶所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国凉茶所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国凉茶市场格局分析

第一节 中国凉茶行业竞争现状分析

一、中国凉茶行业竞争情况分析

二、中国凉茶行业主要品牌分析

第二节 中国凉茶行业集中度分析

一、中国凉茶行业市场集中度影响因素分析

二、中国凉茶行业市场集中度分析

第三节 中国凉茶行业存在的问题

第四节 中国凉茶行业解决问题的策略分析

第五节 中国凉茶行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国凉茶行业需求特点与动态分析

第一节 中国凉茶行业消费市场动态情况

第二节 中国凉茶行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 凉茶行业成本结构分析

第四节 凉茶行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国凉茶行业价格现状分析

第六节 中国凉茶行业平均价格走势预测

- 一、中国凉茶行业价格影响因素
- 二、中国凉茶行业平均价格走势预测
- 三、中国凉茶行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国凉茶行业区域市场现状分析

第一节 中国凉茶行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区凉茶市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区凉茶市场规模分析
- 四、华东地区凉茶市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区凉茶市场规模分析
- 四、华中地区凉茶市场规模预测
- 第四节 华南地区市场分析
 - 一、华南地区概述
 - 二、华南地区经济环境分析
 - 三、华南地区凉茶市场规模分析
 - 四、华南地区凉茶市场规模预测

第九章 2017-2020年中国凉茶行业竞争情况

第一节 中国凉茶行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国凉茶行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国凉茶行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 凉茶行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国凉茶行业发展前景分析与预测

第一节 中国凉茶行业未来发展前景分析

一、凉茶行业国内投资环境分析

二、中国凉茶行业市场机会分析

三、中国凉茶行业投资增速预测

第二节 中国凉茶行业未来发展趋势预测

第三节 中国凉茶行业市场发展预测

一、中国凉茶行业市场规模预测

二、中国凉茶行业市场规模增速预测

三、中国凉茶行业产值规模预测

四、中国凉茶行业产值增速预测

五、中国凉茶行业供需情况预测

第四节 中国凉茶行业盈利走势预测

- 一、中国凉茶行业毛利润同比增速预测
- 二、中国凉茶行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国凉茶行业投资风险与营销分析

第一节 凉茶行业投资风险分析

- 一、凉茶行业政策风险分析
- 二、凉茶行业技术风险分析
- 三、凉茶行业竞争风险分析
- 四、凉茶行业其他风险分析

第二节 凉茶行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国凉茶行业发展战略及规划建议

第一节 中国凉茶行业品牌战略分析

- 一、凉茶企业品牌的重要性
- 二、凉茶企业实施品牌战略的意义
- 三、凉茶企业品牌的现状分析
- 四、凉茶企业的品牌战略
- 五、凉茶品牌战略管理的策略

第二节 中国凉茶行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国凉茶行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 凉茶行业竞争力提升策略

一、凉茶行业产品差异性策略

二、凉茶行业个性化服务策略

三、凉茶行业的促销宣传策略

四、凉茶行业信息智能化策略

五、凉茶行业品牌化建设策略

六、凉茶行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国凉茶行业发展策略及投资建议

第一节 中国凉茶行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国凉茶行业营销渠道策略

一、凉茶行业渠道选择策略

二、凉茶行业营销策略

第三节 中国凉茶行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国凉茶行业重点投资区域分析

二、中国凉茶行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/532019532019.html>