

2019年中国茶饮料行业分析报告- 产业现状与发展趋势预测

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《2019年中国茶饮料行业分析报告-产业现状与发展趋势预测》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/463752463752.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

【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 跨国公司在中国的竞争策略分析

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

8.2 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) 企业产品服务分析

- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业竞争优势分析
- 8.2.2 上海汇饮食品有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品服务分析
 - (3) 企业经营状况分析
 - (4) 企业竞争优势分析
- 8.2.3 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) 企业产品服务分析
 - (3) 企业经营状况分析
 - (4) 企业竞争优势分析
- 8.2.4 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) 企业产品服务分析
 - (3) 企业经营状况分析
 - (4) 企业竞争优势分析
- 8.2.5 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) 企业产品服务分析
 - (3) 企业经营状况分析
 - (4) 企业竞争优势分析
- 8.2.6 昆山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) 企业产品服务分析
 - (3) 企业经营状况分析
 - (4) 企业竞争优势分析
- 8.2.7 黑松食品（苏州）有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品服务分析
 - (3) 企业经营状况分析
 - (4) 企业竞争优势分析
- 8.2.8 江西润田实业股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品服务分析

- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业竞争优势分析
- 8.2.9 深圳维他(光明)食品饮料有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品服务分析
 - (3) 企业经营状况分析
 - (4) 企业竞争优势分析
- 8.2.10 上海申美饮料食品有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品服务分析
 - (3) 企业经营状况分析
 - (4) 企业竞争优势分析

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：%）

图表详见报告正文 (GYSYL)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造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。《2019年中国茶饮料行业分析报告-产业现状与发展趋势预测》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。

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/463752463752.html>