

# 2016-2022年中国凉茶市场现状分析与“十三五”投资前景预测报告

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年中国凉茶市场现状分析与“十三五”投资前景预测报告》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/canyin/239496239496.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

凉茶，也叫青草茶或百草茶，是一种在中国南方（广东、福建等地）流行的一种饮料，取材自多种所在地唾手可得的药草组合而成的饮料。因为广东地处之岭南，天气炎热，多雨地湿，自古多有瘴气。因此民间流行以药性寒凉，消暑解热的中草药，熬水来喝，称为各式各样的“凉茶”。

2015年凉茶市场销售收入突破500亿元，同比增长10.6%，位居饮料行业第四大品类。另外，我国逐渐成为功能性饮料的消费大国，2009至2015年间，我国功能饮料年均零售额增长率16.59%。业界认为，尽管凉茶是个高毛利行业，但凉茶巨头的渠道竞争激烈，同仁堂凉茶还要受到市场检验。

其实，同仁堂凉茶早在2015年7月就开始布局，为了谨慎起见，同仁堂并没有贸然大规模地进行渠道扩散，主要是在同仁堂门店及部分商超卖场售卖，电商上也只是低调进驻了京东的渠道。但即便如此，半年的时间也达到了8000多万元的销售额。

根据同仁堂健康药业股份有限公司公布的数据，在当天发布会结束，累计意向签单金额已高达3亿元人民币。北京浩嘉维商贸有限公司总经理张琳表示，作为经销商看中的是同仁堂的品牌效应，虽然凉茶已经双雄并立，但是老字号品牌现在进入凉茶市场恰逢其时，成功率很大。

中国报告网发布的《2016-2022年中国凉茶市场现状分析与投资前景预测“十三五”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、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研究分析。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券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告大纲：

第一章 2014-2015年中国茶饮料行业发展态势分析

第一节 2014-2015年中国茶饮料行业发展概述

一、中国茶饮料发展变化

二、茶饮料行业特征分析

三、驱动行业发展的宏观因素解析

#### 四、国内外茶饮料包装市场深度解读

##### 第二节 2014-2015年中国茶饮料市场运营分析

###### 一、健康意识助推茶饮料市场迅速增长

###### 二、茶饮料市场呈蓬勃发展态势

###### 三、中国茶饮料口味发展浅析

###### 四、茶饮料与果汁饮料消费需求差异对比解析

##### 第三节 2014-2015年中国茶饮料市场结构及需求分析

###### 一、茶饮料消费者需求分析

###### 二、茶饮料品牌渗透率

###### 三、茶饮料品牌比例

##### 第四节 中国茶饮料市场的问题与对策分析

###### 一、中国茶饮料产业存在的主要问题

###### 二、推动中国茶饮料市场发展的建议

###### 三、茶饮料品牌营销策略探讨

###### 四、中国茶饮料行业的竞争战略研究

#### 第二章 中国凉茶行业市场运行环境解析

##### 第一节 中国宏观经济环境分析

###### 一、2015年中国gdp增长情况分析

###### 二、2015年工业经济发展形势分析

###### 三、2015年全社会固定资产投资分析

###### 四、2015年社会消费品零售总额分析

###### 五、2015年城乡居民收入与消费分析

###### 六、2015年对外贸易的发展形势分析

##### 第二节 中国凉茶市场政策环境分析

###### 一、预包装凉茶列入qs认证

###### 二、广药领衔制定国家凉茶标准

###### 三、《凉茶文化与产业发展公约》签署

##### 第三节 中国凉茶市场社会环境分析

###### 一、凉茶具有独特的文化底蕴

###### 二、中国人的饮食习惯

###### 三、人口环境分析

###### 四、居民的各种消费观念

#### 第三章 2014-2015年中国凉茶行业市场运行态势剖析

##### 第一节 2014-2015年中国凉茶行业发展动态分析

###### 一、保护凉茶文化

二、广药老挝抢建药材基地

三、白云山凉茶投资南非设生产基地

第二节 2014-2015年中国凉茶市场发展现状分析

一、解析凉茶市场新格局

二、凉茶步入高速发展期

三、凉茶的保护体系分析

四、中国凉茶入选非物质文化遗产

第三节 传统凉茶谋求多元化发展

第四节 2014-2015年中国凉茶市场发展的瓶颈

第四章 2009-2015年中国凉茶制造所属行业数据监测分析

第一节 2014-2015年中国茶饮料及其他饮料制造行业发展分析

一、2014年中国茶饮料及其他饮料制造行业发展概况

三、2015年中国茶饮料及其他饮料制造行业发展概况

第二节 2009-2015年中国茶饮料及其他饮料制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、资产规模增长分析

三、销售规模增长分析

四、利润规模增长分析

第三节 2014-2015年中国茶饮料及其他饮料制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、资产规模结构分析

三、销售规模结构分析

四、利润规模结构分析

第四节 2009-2015年中国茶饮料及其他饮料制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第五节 2009-2015年中国茶饮料及其他饮料制造行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、主要费用分析

第六节 2009-2015年中国茶饮料及其他饮料制造行业运营效益分析

一、偿债能力分析

二、盈利能力分析

三、运营能力分析

第七节 2009-2015年中国茶饮料及其他饮料制造行业集中度分析

一、资产集中度分析

二、销售集中度分析

三、利润集中度分析

第五章 2014-2015年中国凉茶市场运营态势分析

第一节 2014-2015年中国凉茶市场动态分析

一、王老吉凉茶商标争夺情况

二、邓老凉茶换装争夺市场

三、加多宝继续领跑凉茶市场

四、广药制定“136”战略

第二节 2014-2015年中国品牌凉茶市场供需规模

一、中国凉茶生产情况

二、中国品牌凉茶销售情况

第六章 2014-2015年中国凉茶市场营销解析

第一节 2014-2015年中国凉茶市场营销渠道分析

第二节 2014-2015年中国凉茶产业市场营销案例分析

一、王老吉凉茶市场营销案例

二、黄振龙凉茶的连锁加盟发展之路

三、广东凉茶行业发展的关键点分析

四、和其正凉茶市场营销案例分析

五、清酷凉茶市场推广策略分析

第七章 2014-2015年中国凉茶市场消费调研1

第一节 受访者基本情况分析1

一、受访者性别比例1

二、受访者年龄分布1

三、受访者地区分布

四、受访者对凉茶认知情况分析

第二节 中国消费者凉茶消费情况调研

一、消费者喝凉茶的频率分析

二、消费者对凉茶价格敏感度分析

三、消费者购买凉茶的渠道分析

第三节 影响消费者购买的因素分析

第八章 2014-2015年中国凉茶市场竞争格局透析

第一节 2014-2015年中国凉茶行业竞争动态分析

一、中国凉茶品牌竞争分析

二、广药五大凉茶陷入同业竞争

### 三、广东凉茶图谋全国市场文化为底蕴叫板世界名牌

#### 第二节 2014-2015年中国凉茶市场竞争格局

##### 一、凉茶品牌市场份额分析

##### 二、凉茶行业市场竞争趋向

##### 三、加多宝王老吉呈现二元竞争趋势

#### 第三节 2014-2015年凉茶市场竞争优势分析

#### 第四节 2016-2022年中国凉茶行业竞争趋势分析

### 第九章 2014-2015年中国凉茶优势产企业竞争力及关键性数据分析

#### 第一节 广东加多宝饮料食品有限公司

##### 一、公司基本情况分析

##### 二、王老吉历年销售收入

##### 三、企业主要经济指标

##### 四、企业偿债能力分析

##### 五、企业盈利能力分析

##### 六、企业运营能力分析

#### 第二节 福建达利食品有限公司

##### 一、公司基本情况

##### 二、公司发展历程分析

##### 三、企业经营情况分析

##### 四、和其正产品定位分析

#### 第三节 广州黄振龙凉茶有限公司

##### 一、公司基本情况

##### 二、公司发展历程分析

##### 三、公司主要产品分析

##### 四、公司营销网络分析

#### 第四节 广州邓老凉茶药业集团有限公司

##### 一、公司基本情况

##### 二、邓老凉茶产品定位

##### 三、邓老凉茶五大核心元素

#### 第五节 恩尼世集团

##### 一、公司基本情况

##### 二、公司所获荣誉

##### 三、清酷产品介绍

##### 四、恩尼投资中国

#### 第六节 广东星华保健饮料有限公司

一、公司基本情况分析

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

#### 第七节 桂林安和药业有限公司

一、公司基本情况分析

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

#### 第八节 揭阳市泰和天然植物食品有限公司

一、公司基本情况分析

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

#### 第九节 萍乡市天旺食品饮料厂

一、公司基本情况分析

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

#### 第十节 深圳市深晖企业有限公司

一、公司基本情况分析

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

#### 第十一节 温州立品康食品饮料有限公司

一、公司基本情况分析

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析



## 第十二节 中山市嘉乐保健饮料有限公司

### 一、公司基本情况分析

### 二、企业主要经济指标

### 三、企业偿债能力分析

### 四、企业盈利能力分析

### 五、企业运营能力分析

## 第十章 2014-2015年中国凉茶市场相关产品市场动态分析

### 第一节 碳酸饮料

#### 一、碳酸饮料制造行业发展概况

#### 二、中国碳酸饮料类产量增长趋势

#### 三、碳酸饮料行业发展历程及现状

#### 四、美国碳酸饮料市场格局发生变化

#### 五、可口可乐与百事可乐在中国市场的业绩比较

#### 六、碳酸饮料行业发展趋势分析

### 第二节 果汁饮料

#### 一、果汁饮料行业发展概况

#### 二、中国果汁饮料市场发展概况

#### 三、中国果汁饮料市场逐渐走向细分

#### 四、果汁饮料企业主打创新牌

#### 五、果汁饮料品牌渗透率

#### 六、果汁饮料品牌比例

### 第三节 乳品饮料

#### 一、含乳饮料行业发展概况

#### 二、中国液体乳产量增长趋势

#### 三、中国含乳饮料行业发展综述

#### 四、含乳饮料的市场品牌表现分析

#### 五、含乳饮料的市场定位与品牌塑造策略

#### 六、含乳饮料发展趋势分析

### 第四节 矿泉水、纯净水市场分析

#### 一、瓶装饮用水制造行业发展概况

#### 二、中国包装饮用水类产量增长趋势

#### 三、中国饮用水行业发展历程

#### 四、中国瓶装水市场竞争形态剖析

#### 五、中国矿泉水品牌竞争格局分析

#### 六、瓶装饮用水销售渠道开拓策略

## 七、瓶装饮用水行业品牌开发策略

### 第十一章 2016-2022年中国凉茶行业发展趋势与前景展望

#### 第一节 2016-2022年中国凉茶行业发展前景分析

##### 一、凉茶市场前景展望

##### 二、凉茶原料前景预测分析

#### 第二节 2016-2022年中国凉茶行业发展趋势分析

##### 一、凉茶引领健康新趋势

##### 二、未来凉茶市场趋势分析

##### 三、凉茶市场包装趋势分析

#### 第三节 2016-2022年中国凉茶行业市场预测分析

##### 一、凉茶市场规模预测

##### 二、凉茶市场盈利预测

### 第十二章 2016-2022年中国凉茶行业投资战略研究

#### 第一节 2016-2022年中国凉茶行业投资环境分析

#### 第二节 2016-2022年中国凉茶行业投资机会分析

##### 一、投资潜力分析

##### 二、与产业链相关的投资机会分析

#### 第三节 2016-2022年中国凉茶行业投资风险预警

##### 一、宏观政策风险

##### 二、市场竞争风险

##### 三、原料供给风险

##### 四、食品安全风险

#### 第四节 中国凉茶企业品牌推广策略分析

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，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/239496239496.html>