

2016-2022年中国茶饮料行业发展规模现状及十三五竞争战略研究报告

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年中国茶饮料行业发展规模现状及十三五竞争战略研究报告》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/240840240840.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。

《2016-2022年中国茶饮料行业发展规模现状及十三五竞争战略研究报告》由观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【报告大纲】

第一部分 茶饮料产业环境透视

第一章 茶饮料行业发展综述

第一节 茶饮料行业定义及特征

一、行业定义

二、行业产品分类

三、行业特征分析

第二节 茶饮料行业统计标准

- 一、统计部门和统计口径
- 二、行业主要统计方法介绍
- 三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 茶饮料行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒/退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期

第二章 中国茶饮料行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

- 一、国家宏观经济环境
- 二、行业宏观经济环境

第二节 政策环境分析

- 一、行业法规及政策
- 二、行业发展规划

第三节 技术环境分析

- 一、主要生产技术分析
- 二、技术发展趋势分析

第二部分 茶饮料市场深度调研

第三章 中国茶饮料行业发展分析

第一节 中国茶产业分析

- 一、中国茶区及茶市场消费流通概述
- 二、国内茶叶价格走势分析
- 三、中国茶行业发展的制约因素
- 四、中国茶叶消费特征变化分析

第二节 中国茶饮料市场总体概况

- 一、中国茶饮料市场发展综述
- 二、我国茶饮料市场发展的特点
- 三、茶饮料市场消费者需求特征分析

第三节 中国茶饮料市场发展分析

- 一、茶饮料市场消费情况
- 二、茶饮料市场发展特点

三、茶饮料发展制约因素

四、茶饮料竞争特点分析

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

第五节 茶饮料行业发展前景及趋势

一、茶饮料市场发展前景

二、茶饮料市场的发展趋势

三、无糖茶饮料市场发展前景乐观

四、中草药保健茶未来发展前景广阔

第四章 茶饮料行业进出口结构及面临的机遇与挑战

第一节 茶饮料行业进出口市场分析

一、茶饮料行业进出口综述

1、中国茶饮料进出口的特点分析

2、中国茶饮料进出口地区分布状况

3、中国茶饮料进出口的贸易方式及经营企业分析

4、中国茶饮料进出口政策与国际化经营

二、茶饮料行业出口市场分析

1、2013-2014年行业出口整体情况

2、2013-2014年行业出口总额分析

3、2013-2014年行业出口产品结构

三、茶饮料行业进口市场分析

第二节 中国茶饮料出口面临的挑战及对策

一、中国茶饮料出口面临的挑战

二、茶饮料行业进出口前景

三、茶饮料行业进出口发展建议

第五章 中国饮料包装行业发展分析

第一节 中国饮料包装行业发现现状

一、中国饮料包装行业发展综述

二、国内饮料包装主要细分市场分析

1、玻璃瓶

2、金属罐

3、塑料瓶

4、纸塑铝复合包装材料

三、中国饮料包装行业存在的问题

四、我国茶饮料瓶包装市场简析

五、儿童饮料包装市场及成功案例分析

第二节 PET饮料瓶

一、PET瓶用于饮料包装的优势

二、我国PET饮料瓶应用广泛

三、百事成功研制出新型PET饮料瓶

四、我国PET饮料瓶市场蕴藏商机

第三节 饮料包装业发展趋势

一、世界饮料包装发展趋势分析

二、中国饮料包装工业发展趋势

三、饮料包装材料的未来发展趋势

第六章 中国饮料行业营销分析

第一节 饮料营销发展概述

一、国内饮料营销的五大派系

二、饮料行业的销售渠道分析

三、饮料行业的营销策略探讨

四、饮料业网络营销战略分析

第二节 中国饮料市场营销状况分析

一、饮料产业网络广告投放状况

二、饮料业践行大平台大营销策略

三、饮料业营销模式的创新分析

四、国内高端饮料营销模式尚未成熟

五、2015年中国饮料市场五大营销趋势

第三节 饮料细分产品营销分析

一、传统养生饮料的营销分析

二、功能饮料营销的策略分析

三、谷物饮料的营销模式探析

四、果醋饮料的创新营销与关联定位策略探讨

五、植物蛋白饮料营销的问题及解决对策

第四节 中国饮料行业营销案例分析

一、娃哈哈营销模式分析

二、蒙牛的营销策划分析

三、农夫果园差异化营销

四、王老吉营销策略分析

五、红牛开始向大众营销转型

第五节 软饮料市场的差异化营销策略分析

一、产品差异化策略分析

二、品牌形象差异化策略

三、促销差异化策略分析

四、差异化营销策略的误区

五、差异化营销策略的风险

六、差异化营销策略的建议

第三部分 茶饮料行业竞争格局分析

第七章 茶饮料市场竞争格局及集中度分析

第一节 茶饮料行业国际竞争格局分析

一、国际茶饮料市场发展状况

二、国际茶饮料市场竞争格局

三、国际茶饮料市场发展趋势分析

四、国际茶饮料重点企业竞争力分析

第二节 茶饮料行业国内竞争格局分析

一、国内茶饮料行业市场规模分析

二、国内茶饮料行业竞争格局分析

三、国内茶饮料行业竞争力分析

第三节 茶饮料行业集中度分析

一、企业集中度分析

二、区域集中度分析

三、市场集中度分析

第八章 茶饮料行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征分析

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特点分析

四、行业规模指标区域分布分析

五、行业效益指标区域分布分析

六、行业企业数的区域分布分析

第二节 华东地区茶饮料行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第三节 华南地区茶饮料行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第四节 华中地区茶饮料行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第五节 华北地区茶饮料行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第六节 东北地区茶饮料行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七节 西部地区茶饮料行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第九章 中国茶饮料行业生产企业经营分析

第一节 康师傅控股有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第二节 统一企业（中国）投资有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业盈利能力分析

五、企业优势与劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第三节 杭州娃哈哈集团有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第四节 福建达利食品集团有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第五节 广东太古可口可乐有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业销售渠道与网络

六、企业优势与劣势分析

第六节 三得利（中国）投资有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业销售渠道与网络
- 六、企业优势与劣势分析
- 七、企业最新发展动向分析

第七节 农夫山泉股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析

第八节 雀巢（中国）有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

第九节 麒麟（中国）投资有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析

第十节 天喔食品（集团）有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业优势与劣势分析
- 五、企业经营理念分析

第四部分 茶饮料行业发展前景展望

第十章 2016-2022年茶饮料行业前景及趋势预测

第一节 2016-2022年茶饮料市场发展前景

一、茶饮料市场发展潜力

二、茶饮料市场发展前景展望

三、茶饮料细分行业发展前景分析

第二节 2016-2022年茶饮料市场发展趋势预测

一、茶饮料行业发展趋势分析

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

二、茶饮料行业市场规模预测

1、茶饮料行业市场容量预测

2、茶饮料行业销售收入预测

三、茶饮料行业细分市场发展趋势预测

第十一章 2016-2022年茶饮料行业投资机会与风险防范

第一节 中国茶饮料行业投资特性分析

一、茶饮料行业进入壁垒分析

二、茶饮料行业盈利模式分析

三、茶饮料行业盈利因素分析

第二节 中国茶饮料行业投资情况分析

一、茶饮料行业总体投资及结构

二、茶饮料行业投资规模情况

三、茶饮料行业投资项目分析

第三节 中国茶饮料行业投资风险

一、茶饮料行业供求风险

二、茶饮料行业关联产业风险

三、茶饮料行业产品结构风险

四、茶饮料行业技术风险

第四节 茶饮料行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、茶饮料行业投资机遇

第五部分 茶饮料行业发展战略研究

第十二章 茶饮料行业发展战略研究

第一节 茶饮料行业发展战略研究

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

第二节 对中国茶饮料品牌的战略思考

一、茶饮料品牌的重要性

二、茶饮料实施品牌战略的意义

三、茶饮料企业品牌的现状分析

四、中国茶饮料企业的品牌战略

五、茶饮料品牌战略管理的策略

第三节 茶饮料行业经营策略分析

一、茶饮料市场细分策略

二、茶饮料市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、茶饮料新产品差异化战略

第四节 茶饮料行业投资战略研究

一、2015年茶饮料行业投资战略

二、2016-2022年茶饮料行业投资战略

三、2016-2022年细分行业投资战略

图表目录

图表：2014-2015年三季度中国国内生产总值增长速度

图表：2014-2015年前三季度中国其他指标环比数据表

图表：2014-2015年三季度中国规模以上工业增加值增速

图表：2014-2015年三季度中国固定资产投资及房地产开发投资名义增速

图表：2014-2015年三季度中国社会消费品零售总额名义增速

图表：2014-2015年三季度中国居民消费价格上涨情况

图表：2014-2015年三季度中国工业生产者出厂价格涨跌情况

图表：2003-2014年我国茶叶内销量

图表：2015年9月出口茶产品结构

图表：饮料包装规模

图表：2015年6食品饮料品牌网络广告预估费用排行

图表：2015年10月食品饮料品牌网络广告预估费用排行

图表：2015年10月食品饮料品牌网络广告投放媒体类别排行

图表：谷物饮料的营销策略

图表：谷物饮料的营销模式

图表：饮料市场消费策略

图表：红牛华南市场某办事处终端管理统计表

图表：红牛中原市场通路各级客户销售占比表（销量数据经处理，占比未处理）

图表：消费者对饮料细分市场的心理

图表：2013-2015年中国茶饮料市场规模

图表：中国饮料市场集中度分析

图表：茶饮料生产地区分布

图表：茶饮料规模地区分布

图表：茶饮料专利技术

图表：2016-2022年中国茶饮料市场容量预测

图表：2016-2022年中国茶饮料销售收入预测

图表详见正文•••••(GY XFT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/240840240840.html>