

2018-2023年中国茶饮料市 场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2018-2023年中国茶饮料市场现状分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/report/G8165119ZA.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2018-07-16

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2018-2023年中国茶饮料市场现状分析及投资前景研究报告》介绍了茶饮料行业相关概述、中国茶饮料产业运行环境、分析了中国茶饮料行业的现状、中国茶饮料行业竞争格局、对中国茶饮料行业做了重点企业经营状况分析及中国茶饮料产业发展前景与投资预测。您若想对茶饮料产业有个系统的了解或者想投资茶饮料行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

茶饮料行业的产业链结构相对比较简单，其最主要的原料茶叶近年来产量有了稳步的提升，这为茶饮料行业的发展提供了很好的保障，而我国茶饮料的进出口规模与整个行业产值比较来看，还处于比较弱小的阶段，未来应该多加强此方面的投入。我国茶饮料行业的产业链结构图。

饮料即饮品是经过定量包装的，供直接饮用或按一定比例用水冲调或冲泡饮用的，乙醇含量（质量分量）不超过0.5%的制品。也可分为饮料浓浆或固体形态。

饮料一般可分为含酒精饮料和无酒精饮料，无酒精饮料又称软饮料。酒精饮料系指供人们饮用且乙醇(酒精)含量在百分之0.5~65(v/v)的饮料，包括各种发酵酒、蒸馏酒及配制酒。无酒精饮料是指酒精含量小于百分之0.5(v/v)，以补充人体水分为主要目的的流质食品，包括固体饮料。

据博思数据发布的《2018-2023年中国茶饮料市场现状分析及投资前景研究报告》表明：

2018年上半年我国饮料产量达8397.2万吨，累计增长8.3%。	指标	2018年6月	2018年5月	2018年4月	2018年3月	2018年2月	饮料产量_当期值(万吨)	1747.7	1495.4	1456	1531.2
	饮料产量_累计值(万吨)	8397.2	6711	5247.8	3861.5	2407.1	饮料产量_同比增长(%)	8.5	7.7	12.4	2.6
	饮料产量_累计增长(%)	8.3	6.7	5.5	2.9	3					

报告目录：

第1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2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

2017年中国茶饮料十大品牌企业排名			序列	品牌	公司名称
1	康师傅	康师傅控股有限公司	2	统一	统一企业（中国）投资有限公司
3	王老吉	广州王老吉大健康产业有限公司			
4	加多宝	加多宝（中国）饮料有限公司	5	维他ViTa	深圳维他(光明)食品饮料有限公司
6	天喔茶庄	天喔食品(集团)有限公司			
7	SUNTORY三得利	三得利（中国）投资有限公司			
8	农夫山泉	农夫山泉股份有限公司	9	和其正	福建达利食品集团有限公司
10	深晖	深圳市深晖企业有限公司			

注：以上排名不分先后

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调研

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调研

- (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调研

- (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3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 茶饮料消费市场调研

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4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 跨国公司在中国市场的投资布局

(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 跨国公司在华的竞争策略分析

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 行业替代品市场调研

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 国内果汁饮料市场调研

(1) 果汁饮料市场现状分析

(2) 果汁饮料市场趋势预测及预测

(3) 果汁饮料投资预测分析

4.4.4 国内碳酸饮料市场调研

(1) 碳酸饮料市场现状分析

(2) 碳酸饮料市场趋势预测分析

(3) 碳酸饮料发展趋势分析

4.4.5 国内乳饮料市场调研

(1) 乳饮料市场现状分析

(2) 乳饮料市场趋势预测分析

(3) 乳饮料发展趋势分析

4.4.6 国内蔬菜汁饮料市场调研

(1) 蔬菜汁饮料市场现状分析

(2) 蔬菜汁饮料市场趋势预测分析

(3) 蔬菜汁饮料发展趋势分析

4.4.7 国内瓶装饮用水市场调研

(1) 瓶装饮用水市场现状分析

(2) 瓶装饮用水市场趋势预测分析

(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5章：茶饮料行业主要产品市场调研

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 行业主要产品市场调研

5.2.1 纯茶饮料市场调研

5.2.2 红茶饮料市场调研

5.2.3 绿茶饮料市场调研

5.2.4 汽茶饮料市场调研

5.2.5 其它茶饮料市场调研

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6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) 行业产品销售渠道投资策略及趋势

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7章：茶饮料行业重点区域市场调研

- 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8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

8.1.1 茶饮料企业规模

8.1.2 茶饮料行业工业产值状况

8.1.3 茶饮料行业销售收入和利润

8.1.4 主要茶饮料企业创新能力分析

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) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业组织架构分析

(8) 企业产品结构及新产品动向

- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况优劣势分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析
- (12) 企业最新发展动向分析

8.2.2 杭州顶津食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.3 杭州娃哈哈乐维食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.4 三得利（上海）食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.5 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) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.6 广州顶津食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.7 上海锦江麒麟饮料食品公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业投资兼并与重组分析

8.2.8 农夫山泉浙江千岛湖有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.9 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) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

8.2.10 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) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况优劣势分析

(5) 企业最新发展动向分析

8.2.11 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) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业投资兼并与重组分析

8.2.12 可口可乐装瓶商生产（东莞）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.13 天喔食品（集团）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业投资兼并与重组分析

8.2.14 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) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.15 江西润田饮料有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业投资兼并与重组分析

第9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 中国茶饮料市场趋势预测分析

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 茶饮料行业投资前景

9.3.2 茶饮料行业主要投资建议

部分图表目录：

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11：茶饮料行业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表12：中国大型茶饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表13：中国中型茶饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表14：中国小型茶饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表15：不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：%）

图表16：不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）

图表17：不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）

图表18：不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/G8165119ZA.html>