

2022-2028年中国茶饮料行业 发展态势与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国茶饮料行业发展态势与市场需求预测报告》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.cction.com/report/202203/276730.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、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。

2017年，我国软饮料产品产量达到18051.2万吨，同比下滑1.6%。2018年软饮料累计产量达到15679.2万吨，同比下降13.1%。而即饮茶饮料占软饮料市场份额的22%左右，2018年即饮茶饮料的产量在3400万吨左右。2014-2018年中国茶饮料产量及增速数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国茶饮行业发展态势与市场需求预测报告》共十章。首先介绍了茶饮料行业市场发展环境、茶饮料整体运行态势等，接着分析了茶饮料行业市场运行的现状，然后介绍了茶饮料市场竞争格局。随后，报告对茶饮料做了重点企业经营状况分析，最后分析了茶饮料行业发展趋势与投资预测。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。

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。

报告目录：

第一章 茶饮料概念及工艺技术分析

第一节 茶饮料的成分及分类

一、茶饮料的概念

二、茶饮料的主要成分

三、茶饮料的分类

四、企业茶饮料

第二节 茶饮料品质影响因素及生产工艺流程

一、影响茶饮料品质的因素

二、茶饮料生产工艺要点

三、茶饮料的生产模式

四、各式茶饮料生产工艺流程

第三节 茶饮料工艺技术及发展应用

一、茶汤萃取工艺概述

二、茶饮料的热澄清工艺

三、罐装液态茶饮料加工技术

四、速溶茶粉在纯茶饮料中的应用

五、灌装茶工艺的对比分析

第二章 2022-2028年中国软饮料行业分析

第一节 2022-2028年世界软饮料行业发展情况分析

一、全球软饮料市场缓慢复苏

二、国际软饮料包装材料的发展变化

三、全球功能饮料销售状况分析

四、全球软饮料市场发展趋势预测分析

第二节 2022-2028年中国软饮料行业发展分析

一、中国软饮料行业的发展特征

二、2019年中国软饮料生产状况分析

三、2019年中国软饮料消费者调查分析

四、2019年中国软饮料市场发展分析

茶饮料消费经历结构升级，相比日美人均消费增长空间广阔。2018年我国茶饮料行业市场总零售额达到1367亿，总零售量约161亿升，2014年前行业处于量价齐升期的扩容期，行业涌现出如旭日升、冰红茶、茉莉茶等单品；但2014年后消费者对于健康重视程度提高，高糖分调味茶饮品热度下滑，“健康化”、“个性化”、“功能化”等新消费理念助推市场发生由“量”到“质”的转变。茶饮料行业CR2占比逐年下降（%）数据来源：公开资料整理

五、2019年中国软饮料市场发展动态

第三节 2022-2028年中国软饮料市场竞争分析

一、软饮料行业的竞争力评析

二、中国软饮料市场竞争程度剖析

三、特殊用途饮料成软饮料市场竞争的蓝海

四、中国软饮料市场竞争特点分析

五、中国软饮料市场竞争变化情况分析

第四节 中国软饮料市场营销分析

- 一、软饮料行业网络广告投放状况分析
- 二、软饮料业大平台大营销策略的实践分析
- 三、饮料企业品牌营销运作存在的问题及对策
- 四、软饮料市场的差异化营销策略分析

第三章 2022-2028年中国茶饮料行业分析

第一节 2022-2028年中国茶饮料行业发展概述

- 一、中国茶饮料发展变化回顾
- 二、中国茶饮料行业发展现状调研
- 三、茶饮料行业特征分析
- 四、驱动茶饮料行业发展的宏观因素解析

第二节 茶饮料市场发展总体分析

- 一、中国茶饮料市场发展综述
- 二、中国茶饮料市场发展的特点
- 三、茶饮料市场消费者需求特征透析
- 四、中国茶饮料市场产品结构分析

第三节 2022-2028年茶饮料市场发展分析

- 一、2019年中国茶饮料进入成熟期
- 二、2019年中国茶饮料市场发展情况分析
- 三、2019年中国茶饮料市场发展动态
- 四、2019年中国茶饮料市场发展分析
- 五、2019年中国茶饮料市场发展动态

第四节 茶饮料市场存在问题及对策分析

- 一、中国茶饮料产业存在的问题分析
- 二、技术质量问题制约茶饮料发展
- 三、中国茶饮料市场发展的建议

第四章 中国茶饮料及其他软饮料制造行业财务情况分析

第一节 中国茶饮料及其他软饮料制造行业经济规模

- 一、2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业销售规模
- 二、2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业利润规模

三、2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业资产规模

第二节 中国茶饮料及其他软饮料制造行业盈利能力指标分析

一、2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业亏损面

二、2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业销售毛利率

三、2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业成本费用利润率

四、2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业销售利润率

第三节 中国茶饮料及其他软饮料制造行业营运能力指标分析

一、2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业应收账款周转率

二、2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业流动资产周转率

三、2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业总资产周转率

第四节 中国茶饮料及其他软饮料制造行业偿债能力指标分析

一、2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业资产负债率

二、2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业利息保障倍数

第五节 中国茶饮料及其他软饮料制造行业财务状况综合评价

一、茶饮料及其他软饮料制造业财务状况综合评价

二、影响茶饮料及其他软饮料制造业财务状况的经济因素分析

第五章 2022-2028年中国凉茶市场分析

第一节 2022-2028年凉茶市场状况综述

一、中国凉茶市场发展概述

二、中国凉茶产业规模持续扩大

三、中国凉茶产业发展动态

四、凉茶市场发展特点分析

五、凉茶市场发展机会探析

第二节 广东凉茶市场分析

一、广东凉茶市场发展现状调研

二、广东凉茶市场良莠不齐

三、广东凉茶市场发展状况分析

第三节 2022-2028年凉茶市场竞争分析

一、凉茶市场竞争历程分析

二、霸王引发凉茶市场新一轮混战

三、中国凉茶市场竞争升级

四、凉茶品牌竞争状况分析

五、两大凉茶新品的竞争手段解析

第四节 凉茶市场存在的问题及策略分析

一、凉茶市场同质化现象严重

二、凉茶业qs认证面临的问题

三、国内多数凉茶企业经营状况欠佳

四、凉茶饮料业发展障碍及对策分析

五、中国凉茶市场根据地战略分析

第六章 2022-2028年中国茶饮料行业竞争分析

第一节 2022-2028年茶饮料行业竞争格局分析

一、中国茶饮料行业龙头企业简述

二、茶饮料行业的竞争特点分析

三、中国茶饮料市场竞争简况

四、茶饮料竞争焦点转向新包装与新品种

五、瓶装奶茶竞争升级

第二节 茶饮料市场竞争群体详解

一、市场先行者：旭日升

二、市场领导者：康师傅和统一

三、市场挑战者：可口可乐

四、其它市场追随者

第三节 茶饮料行业的swot剖析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机遇分析

四、挑战分析

第四节 茶饮料行业竞争力提升策略分析

一、增长型战略（so）

二、多种经营战略（st）

三、扭转型战略（wo）

四、防御性战略（wt）

第五节 茶饮料市场竞争中的营销对策分析

- 一、茶饮料品牌文化营销解析
- 二、茶饮料市场营销竞争策略
- 三、茶饮料广告策略分析
- 四、茶饮料产品策略分析
- 五、茶饮料三优先销售策略解析

第七章 2022-2028年中国茶饮料行业营销分析

第一节 旭日升集团营销案例分析

- 一、旭日升发展阶段及衰败原因剖析
- 二、旭日升营销管理失误分析
- 三、旭日升归来背后的“三板斧”策略分析
- 四、2019年旭日升品牌回归策略

第二节 康师傅营销策略分析

- 一、康师傅茶饮料市场多品牌战略
- 二、康师傅茶饮料的营销策略组合
- 三、康师傅茶饮料营销对茶饮企业的启迪
- 四、康师傅饮料的“再来一瓶”营销策略解析
- 五、康师傅茶饮料的“美丽营销”战术分析

第三节 统一茶饮料市场营销分

- 一、统一茶饮料的产品促销策略分析
- 二、统一茶饮料的竞争战略解析
- 三、统一茶饮料市场营销战略透析
- 四、“统一冰醇茉莉”推广案例分析

第四节 娃哈哈营销策略分析

- 一、娃哈哈的品牌营销分析
- 二、娃哈哈茶饮料的推广方法解析
- 三、娃哈哈“两会网络营销”植入解析
- 四、娃哈哈的渠道模式分析

第五节 王老吉

- 一、王老吉营销策略综述
- 二、王老吉网络营销推广方案简述
- 三、以csr战略角度透视王老吉的亚运营营销

四、王老吉与加多宝的品牌营销策略对比分析

第八章 2022-2028年中国茶饮料市场替代产品发展分析

第一节 碳酸饮料

- 一、中国碳酸饮料产值占比变化分析
- 二、中国碳酸饮料销量状况统计
- 三、中国碳酸饮料产量状况分析
- 四、中国碳酸饮料市场发展情况分析
- 五、碳酸饮料市场中外品牌的营销对垒
- 六、本土碳酸饮料企业发展路径选择

第二节 果汁饮料

- 一、中国果汁饮料行业发展综述
- 二、中国果汁饮料市场的特点分析
- 三、果汁饮料企业主打创新牌
- 四、果汁饮料品牌受欢迎程度比较
- 五、促进中国果汁饮料工业快速发展的建议
- 六、果汁饮料行业未来发展热点

第三节 乳品饮料

- 一、中国含乳饮料行业发展综述
- 二、2015-2019年中国乳饮料市场分析
- 三、中国功能化乳饮料细分分析
- 四、果粒酸乳饮料成市场热点
- 五、主要含乳饮料产品及其营销概况
- 六、含乳饮料的市场定位与品牌塑造策略
- 七、未来中国乳饮料发展趋势探析

第四节 包装饮用水

- 一、包装饮用水市场综合分析
- 二、中国饮用水行业步入成熟阶段
- 三、中国饮用水市场最新动态分析
- 四、中国瓶装饮用水产量统计
- 五、中国瓶装水品牌竞争格局剖析
- 六、体育营销成为饮用水行业竞争焦点

第九章 2022-2028年中国茶饮料市场投资及前景预测

第一节 2022-2028年中国软饮料行业发展前景预测

一、软饮料行业发展优势及空间分析

二、未来软饮料业将步入重构时期

三、中国软饮料市场竞争趋势预测

第二节 2022-2028年中国茶饮料行业投资机会分析

一、茶饮料厂商面临大好机遇

二、茶饮料新品催生创业机会

三、茶饮料产品的投资开发方向

第三节 2022-2028年中国茶饮料行业前景预测分析

一、中国茶饮料市场未来前景展望

二、无糖茶饮料市场前景预测

三、纯茶饮料发展趋势预测分析

四、中草药保健茶发展前景广阔

第四节 2022-2028年中国茶饮料及其他软饮料制造业预测分析

一、2022-2028年中国茶饮料及其他软饮料制造业收入预测分析

二、2022-2028年中国茶饮料及其他软饮料制造业利润预测分析

三、2022-2028年中国茶饮料及其他软饮料制造业产值预测分析

第十章 国内外茶饮料行业重点上市公司

第一节 可口可乐

一、公司简介

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 百事可乐

一、公司简介

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 康师傅控股有限公司

一、公司简介

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 统一企业中国控股有限公司

一、公司简介

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 深圳市深宝实业股份有限公司

一、公司简介

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 广州白云山医药集团股份有限公司

一、公司简介

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

图表目录

图表 1：茶饮料类生产工艺流程图

图表 2：2019年中国软饮料生产状况分析

图表 3：2019年消费者对各品牌软饮料满意度调查

图表 4：2018年与2019年软饮料产量对比

图表 5：2019年软饮料行业网络广告投放综述

图表 6：2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业销售规模

图表 7：2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业利润规模

图表 8：2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业资产规模

图表 9：2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业亏损面

图表 10：2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业销售毛利率

图表 11：2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业成本费用利润率

图表 12：2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业销售利润率

图表 13：2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业应收账款周转率

图表 14：2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业流动资产周转率

图表 15：2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业总资产周转率

图表 16：2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业资产负债率

图表 17：2015-2019年茶饮料及其他软饮料制造业利息保障倍数

图表 18：2019年c-bpi茶饮料行业上榜品牌

图表 19：2019年康师傅广告代言人及广告主题

图表 20：2015-2019年中国碳酸饮料产值占比变化分析

图表 21：2015-2019年中国碳酸饮料产量状况分析

图表 22：2019年我国果汁饮料前十大品牌

图表 23：营养快线与果粒奶优的对比分析

图表 24：2015-2019年中国瓶装饮用水产量统计

图表 25：我国饮用水品牌市场竞争分析

图表 26：2022-2028年中国茶饮料及其他软饮料制造业收入预测分析

图表 27：2022-2028年中国茶饮料及其他软饮料制造业利润预测分析

图表 28：2022-2028年中国茶饮料及其他软饮料制造业产值预测分析

图表 29：2015-2019年可口可乐公司基本财务信息统计 单位：百万美元

图表 30：2015-2019年可口可乐公司企业盈利能力指标统计

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/276730.html>