2007-2008年中国茶饮料市场研究发展分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2007-2008年中国茶饮料市场研究发展分析报告》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.chinairr.org/report/R07/R0702/200806/06-1794.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936
传真: 010-60343813
网址: http://www.chinairr.org
Email: sales@chyxx.com
联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

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、茶饮料中主要成分
三、茶饮料的分类
四、其它几种茶饮料
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、软饮料行业发展分析
第一节、世界软饮料行业发展分析
一、世界低糖软饮料行业发展时机来临
二、美国软饮料产品面临更替
三、英国软饮料销量持续走高
四、日本软饮料市场回顾分析
五、意大利软饮料产业发展趋势分析
第二节、中国软饮料市场发展分析
一、2006软饮料行业发展特点解析
二、中国软饮料行业及市场需求分析
三、中国软饮料行业成本和价格状况分析
四、软饮料行业资本经营状况及走势分析
五、中国本土软饮料业品牌变化解析

第三节、中国软饮料行业工业统计数据分析
一、2005-2007年2月中国软饮料制造全部企业数据分析
二、2006-2007年2月中国软饮料制造不同所有制全部企业数据分析
三、2006-2007年2月中国软饮料制造不同规模全部企业数据分析
第四节、中国软饮料市场竞争分析
一、瓶装水市场品牌对比分析
二、果汁市场品牌营销对比分析
三、碳酸饮料业的巨头之争
四、咖啡饮料业异军突起
五、乳饮料市场产品竞争分析
六、功能饮料的非典型之争
七、凉茶业各品牌蓄势待发

第三章、中国茶饮料行业发展分析
第一节、茶饮料行业发展概述
一、茶饮料行业发展综述
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、中国茶饮料发展阶段浅析
第二节、茶饮料市场结构及需求分析
一、茶饮料消费者需求分析
二、茶饮料的市场需求解析
三、茶饮料产品结构分析
四、茶饮料市场结构
五、茶饮料市场容量分析
第三节、茶饮料市场发展总体分析
一、中国茶饮料十年发展总结
二、茶饮料成行业“领跑者”
三、茶饮料催生大市场
四、茶饮料的现代化发展浅析
五、茶饮料质量合格率上升
第四节、2004-2007茶饮料市场发展分析

一、2004年茶饮料市场回顾分析
二、2005茶饮料市场突出功能性
三、茶饮料2006市场新品迭出
四、2006茶饮料市场品牌营销详解
五、2007年茶饮料突破市场瓶颈途径解析
第五节、茶饮料市场存在问题分析
一、中国茶饮料产业存在问题分析
二、茶饮料业企业混杂质量堪忧
三、茶饮料产品香味剂勾兑茶成分

第四章、中国凉茶市场发展分析
第一节、功能性饮料发展综合分析
一、功能饮料市场机遇及发展分析
二、功能饮料产品案例对比分析
三、红牛品牌运作分析
四、功能饮料应走专业化道路
五、功能饮料应走创新道路
第二节、凉茶市场状况综述
一、“凉茶”产品特性及发展概述
二、资本进入抢占凉茶业市场份额
三、凉茶产业发展现状分析
四、凉茶将改变中国饮料市场格局
五、中国凉茶产业征战世界级饮料
第三节、广东凉茶行业分析
一、广东凉茶走向全国市场
二、广东凉茶发展前景展望
三、广州凉茶市场风云莫测
四、深圳的凉茶销量火热
第四节、凉茶市场存在者及进入者分析
一、王老吉凉茶发展概述
二、黄振龙凉茶品牌经营分析
三、“宝庆堂”要做凉茶第二品牌

四、潘高寿果断进军凉茶市场
五、广州众多药企入局凉茶市场
六、“两乐”瞄准凉茶市场蠢蠢欲动
第五节、凉茶市场存在问题分析
一、广东凉茶市场良莠不齐
二、凉茶行业马太效应分析
三、凉茶市场风险分析
四、凉茶饮料业发展障碍及对策分析

第五章、茶饮料行业竞争分析
第一节、茶饮料行业竞争格局分析
一、全球市场茶饮料市场品牌份额分析
二、中国茶饮料行业龙头企业简述
三、茶饮料企业销量比重及产品
第二节、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、竞争现状分析
一、茶饮料市场品牌竞争及合作
二、茶饮料竞争状况分析
三、茶饮料市场竞争再升级
四、国内茶饮料市场前景分析
第四节、区域市场竞争状况分析
一、北京茶饮料品牌众多
二、上海市茶饮料市场正酣战
三、深圳市场的茶饮料大战
四、厦门本土茶饮料竞争分析
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、茶饮料品牌竞争中的差异化策略分析

三、茶饮料三优先销售策略解析
四、茶饮料产品诉求策略分析

第六章、茶饮料行业营销案例分析
第一节、旭日升集团营销案例分析
一、旭日升发展阶段及败落原因分析
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、旭日升品牌前景分析
第二节、康师傅营销策略分析
一、康师傅饮料的渠道变革解析
二、康师傅通路精耕营销渠道透析
三、康师傅茶饮料营销状况概述
四、康师傅茶饮料的营销策略分析
第三节、统一茶饮料市场营销分析
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、统一茶市场营销战略透析
四、统一茶里王营销策略分析
第四节、娃哈哈营销策略分析
一、娃哈哈的茶饮料目标策略分析
二、娃哈哈媒体运作策略分析
三、娃哈哈茶饮料的推广方法解析
第五节、健力宝市场营销案例分析
一、健力宝品牌发展历程解析
二、健力宝为衰落原因透析
三、健力宝的战略规划失误分析
四、健力宝的“电玩水浒”营销

第七章、茶饮料市场替代产品发展分析
第一节、碳酸饮料
一、碳酸饮料行业发展分析

二、碳酸饮料霸主地位受到冲击
三、美国碳酸饮料市场缩小
四、中国碳酸饮料的产业规划
第二节、果汁饮料
一、果汁饮料的发展方向分析
二、中国野生果汁发展展望
三、高浓果汁市场发展分析
四、高钙果C引领功能性果汁饮料的发展
五、果汁饮料业发展方向及热点解析
第三节、乳品饮料
一、2007乳品行业竞争现状分析
二、中国乳饮料市场拐点显现
三、中国乳品饮料市场发展前景预测
第四节、矿泉水、纯净水市场分析
一、矿泉水和纯净水市场综合分析
二、矿泉水与纯净水的竞争分析
三、中国纯净水市场阶段分析
四、中国矿泉水市场竞争分析

第八章、茶饮料行业企业分析
第一节、可口可乐
一、可口可乐公司简介
二、可口可乐推出“冰极”茶饮料
三、可口可乐再出细产品
四、可口可乐2005年第四季度利润状况分析
五、可口可乐2006年第四季度利润状况分析
第二节、百事可乐
一、百事公司简介
二、百事与联合利华共谋茶饮料
三、百事可乐再次涉足茶饮料
四、百事可乐有限公司2005年第四季度盈利状况分析
第三节、深圳市深宝实业股份有限公司

一、公司简介
二、2005年1-12月深深宝经营状况分析
三、2006年1-12月深深宝经营状况分析
四、2007年1-3月深深宝经营状况分析
五、深深宝争做茶饮料原料第一品牌
第四节、广州药业股份有限公司
一、公司简介
二、2005年1-12月广州药业经营状况分析
三、2006年1-12月广州药业经营状况分析
四、2007年1-3月广东药业经营状况分析
五、广州药业借“王老吉”拉动业绩暴增

第九章、茶饮料市场前景及投资分析
第一节、软饮料行业趋势前景分析
一、世界饮料行业发展趋势分析
二、中国软饮料行业发展优势及空间分析
三、中国2007软饮料产业发展趋势解析
四、中国软饮料业面临良好机遇
第二节、茶饮料行业投资机会分析
一、茶饮料的市场机会分析
二、茶饮料厂商面临大好机遇
三、茶饮料新品催生创业机会
第三节、茶饮料行业前景预测
一、中国茶饮料市场发展趋势浅析
二、茶饮料市场前景巨大
三、无糖茶饮料市场前景分析
四、纯茶饮料发展趋势预测
五、中草药保健茶发展前景广阔
附录：
附录一：中华人民共和国国家标准软饮料的分类
附录二：中华人民共和国轻工行业标准－茶饮料
附录三：茶饮料生产许可证审查细则

图表目录：

图表1　2005年1-12月中国软饮料制造全部企业数据
图表2　2006年1-12月中国软饮料制造全部企业数据
图表3　2007年1-2月中国软饮料制造全部企业数据
图表4　2006年1-12月软饮料制造全部国有企业数据
图表5　2006年1-12月软饮料制造全部集体企业数据
图表6　2006年1-12月软饮料制造全部股份合作制企业数据
图表7　2006年1-12月软饮料制造全部股份制企业数据
图表8　2006年1-12月软饮料制造全部私营企业数据
图表9　2006年1-12月软饮料制造全部外商及港澳台投资企业数据
图表10　2006年1-12月软饮料制造全部其他所有制企业数据
图表11　2006年1-12月不同所有制企业累计工业总产值对比
图表12　2006年1-12月不同所有制企业累计产品销售收入对比
图表13　2006年1-12月不同所有制企业累计资产总计对比
图表14　2006年1-12月不同所有制企业累计利润总额对比
图表15　2006年1-12月不同所有制企业累计工业总产值增长对比
图表16　2006年1-12月不同所有制企业累计产品销售收入增长对比
图表17　2006年1-12月不同所有制企业累计利润总额增长对比
图表18　2006年1-12月不同所有制企业产销率对比
图表19　2006年1-12月不同所有制企业流动资产周转次数对比
图表20　2006年1-12月不同所有制企业人均销售率对比
图表21　2006年1-12月不同所有制企业亏损面对比
图表22　2006年1-12月不同所有制企业销售利润率对比
图表23　2006年1-12月不同所有制企业资金利税率对比
图表24　2007年1-2月软饮料制造全部国有企业数据
图表25　2007年1-2月软饮料制造全部集体企业数据
图表26　2007年1-2月软饮料制造全部股份合作企业数据
图表27　2007年1-2月软饮料制造全部股份制企业数据
图表28　2007年1-2月软饮料制造全部私营企业数据
图表29　2007年1-2月软饮料制造全部外商及港澳台企业数据
图表30　2007年1-2月软饮料制造全部其他所有制企业数据

图表31　2007年1-2月不同所有制企业累计工业总产值对比
图表32　2007年1-2月不同所有制企业累计产品销售收入对比
图表33　2007年1-2月不同所有制企业累计资产总计对比
图表34　2007年1-2月不同所有制企业累计利润总额对比
图表35　2007年1-2月不同所有制企业累计工业总产值增长对比
图表36　2007年1-2月不同所有制企业累计产品销售收入增长对比
图表37　2007年1-2月不同所有制企业累计利润总额增长对比
图表38　2007年1-2月不同所有制企业产销率对比
图表39　2007年1-2月不同所有制企业流动资产周转次数对比
图表40　2007年1-2月不同所有制企业人均销售率对比
图表41　2007年1-2月不同所有制企业亏损面对比
图表42　2007年1-2月不同所有制企业销售利润率对比
图表43　2007年1-2月不同所有制企业资金利税率对比
图表44　2006年1-12月中国软饮料制造全部大型企业数据
图表45　2006年1-12月中国软饮料制造全部中型企业数据
图表46　2006年1-12月中国软饮料制造全部小型企业数据
图表47　2006年1-12月不同规模企业累计工业总产值对比
图表48　2006年1-12月不同规模企业累计产品销售收入对比
图表49　2006年1-12月不同规模企业累计利润总额对比
图表50　2006年1-12月不同规模企业累计全部从业人员平均人数
图表51　2006年1-12月不同规模企业累计工业总产值增长对比
图表52　2006年1-12月不同规模企业累计产品销售收入增长对比
图表53　2006年1-12月不同规模企业累计利润总额增长对比
图表54　2006年1-12月不同规模企业累计固定资产净值平均余额比上年增长对比
图表55　2006年1-12月不同规模企业亏损面对比
图表56　2006年1-12月不同规模企业销售利润率对比
图表57　2006年1-12月不同规模企业资金利税率对比
图表58　2007年1-2月中国软饮料制造全部大型企业数据
图表59　2007年1-2月中国软饮料制造全部中型企业数据
图表60　2007年1-2月中国软饮料制造全部小型企业数据
图表61　2007年1-2月不同规模企业累计工业总产值对比
图表62　2007年1-2月不同规模企业累计产品销售收入对比

图表63　2007年1-2月不同规模企业累计利润总额对比
图表64　2007年1-2月不同规模企业累计全部从业人员平均人数
图表65　2007年1-2月不同规模企业累计工业总产值增长对比
图表66　2007年1-2月不同规模企业累计产品销售收入增长对比
图表67　2007年1-2月不同规模企业累计利润总额增长对比
图表68　2007年1-2月不同规模企业累计固定资产净值平均余额与上年增长对比
图表69　2007年1-2月不同规模企业亏损面对比
图表70　2007年1-2月不同规模企业销售利润率对比
图表71　2007年1-2月不同规模企业资金利税率对比
图表72　2001-2005年茶饮料销售量及销售额
图表73　2004年茶饮料品牌区域排名
图表74　茶饮料市场结构图
图表75　2001-2005年茶饮料销售量及销售额
图表76　2005年世界茶饮料市场份额前五位
图表77　2000-2004年茶饮料企业市场份额
图表78　2001年-2004年茶饮料品牌市场份额
图表79　2005年茶饮料新品
图表80　2005年1-12月深深宝实业主要利润指标
图表81　2005年1-12月深深宝实业非经常性损益涉及的项目和金额
图表82　2003-2005年深深宝实业主要会计数据和财务指标
图表83　2005年1-12月深深宝实业利润收益情况
图表84　2005年1-12月深深宝实业主营业务分行业、产品情况表
图表85　2006年1-12月深深宝实业主要利润指标
图表86　2006年1-12月深深宝实业非经常性损益涉及的项目和金额
图表87　2004-2006年深深宝实业主要会计数据和财务指标
图表88　2006年1-12月深深宝实业利润收益情况
图表89　2006年1-12月深深宝实业主营业务分行业、产品情况
图表90　2006年1-12月深深宝实业主营业务分地区情况
图表91　2007年1-3月深深宝实业主要会计数据及财务指标
图表92　2007年1-3月深深宝实业每股收益及净资产收益率
图表93　2007年1-3月深深宝实业非经常性损益项目
图表94　2007年1-3月深深宝实业利润构成情况

图表95　2005年1-12月广州药业集团主要会计数据
图表96　2005年1-12月广州药业集团非经常性损益涉及项目及金额
图表97　2005年1-12月广州药业集团主要财务数据与财务指标
图表98　2005年1-12月广州药业集团比较净资产收益率和每股收益
图表99　2005年1-12月广州药业集团各主要业务的营业额及主营业务利润
图表100　2005年1-12月广州药业集团制造业务及贸易业务地区销售情况
图表101　2005年1-12月广州药业集团制造业务主要品种与产品销售情况
图表102　2006年1-12月广州药业主要会计数据和业务数据
图表103　2006年1-12月广州药业非经常性损益涉及项目及金额包括
图表104　2006年1-12月广州药业主要财务数据与财务指标
图表105　2006年1-12月广州药业净资产收益率及每股收益
图表106　2006年1-12月广州药业总体及各主要业务的经营情况
图表107　2006年1-12月广州药业各主要业务的营业额及主营业务利润
图表108　2006年1-12月广州药业制造业务主要品种与产品销售情况
图表109　2006年1-12月广州药业净资产收益状况
图表110　2007年1-3月广州药业主要会计数据及财务指标
图表111　2007年1-3月广州药业净资产收益状况
图表112　2007年1-3月广州药业非经常性损益项目
图表113　2007年1-3月广州药业利润情况
图表114　2007-2010年茶饮料销售量销售额预测
图表115　茶饮料产品质量检验项目表

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R07/R0702/200806/06-1794.html