

2020-2026年中国茶饮料行业深度研究与市场全景评估报告

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

《2020-2026年中国茶饮料行业深度研究与市场全景评估报告》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/R0702/201910/10-316406.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

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。中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国茶饮料行业深度研究与市场全景评估报告》分析了茶饮料行业的产业链，竞争格局，面临的机遇及挑战以及发展前景等，您若想对中国茶饮料行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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1.1 茶饮料的成分及分类1.1.1 茶饮料的概念1.1.2 茶饮料的主要成分1.1.3 茶饮料的分类1.2 茶饮料产业链1.3 茶饮料工艺技术 第二章 2017-2019年软饮料行业分析2.1 2017-2019年世界软饮料行业发展状况2.1.1 市场运行概况2.1.2 市场增长现状2.1.3 品牌价值分析2.1.4 茶饮市场分析2.1.5 区域市场现状2.2 2017-2019年中国软饮料行业发展分析2.2.1 行业基本特征2.2.2 行业增长态势2.2.3 市场格局分析2.2.4 行业供给现状2.2.5 市场规模现状2.2.6 市场运行态势2.3 2017-2019年中国软饮料市场竞争分析2.3.1 行业竞争模型2.3.2 市场竞争程度2.3.3 行业竞争态势2.3.4 市场竞争现状2.4 中国软饮料市场营销分析2.4.1 行业营销特征2.4.2 广告投放状况2.4.3 市场营销新趋向2.4.4 娱乐化营销现状2.4.5 品牌营销的问题及对策2.4.6 差异化营销策略分析2.5 中国软饮料行业存在的问题及策略2.5.1 市场面临八大挑战2.5.2 企业市场制胜要素2.5.3 本土品牌竞争策略2.5.4 企业攻克技术壁垒途径 第三章 2017-2019年中国茶饮料行业分析3.1 茶饮料行业发展概述3.1.1 行业发展变化3.1.2 行业特征分析3.1.3 行业发展现状3.1.4 行业影响因素3.2 茶饮料市场发展总体分析3.2.1 市场格局分析3.2.2 市场新势力分析3.2.3 市场需求特征3.2.4 产品结构分析3.3 2017-2019年茶饮料市场运行分析3.3.1 2015年茶饮料消费市场状况3.3.2 2016年茶饮料消费者满意度3.3.3 2016年茶饮料市场发展态势3.3.4 2017年茶饮料市场发展现状3.4 茶饮料行业存在问题及对策分析3.4.1 行业生产问题3.4.2 技术质量问题3.4.3 行业发展建议3.4.4 市场突围策略 第四章 中国茶饮料及其他饮料制造行业财务状况4.1 中国酒、饮料和精制茶制造行业经济规模4.1.1 2014-2019年酒、饮料和精制茶制造业销售规模4.1.2 2014-2019年酒、饮料和精制茶制造业利润规模4.1.3 2014-2019年酒、饮料和精制茶制造业资产规模4.2 中国酒、饮料和精制茶制造行业盈利能力指标分析4.2.1 2014-2019年酒、饮料和精制茶制造业销售毛利率4.2.2

2014-2019年酒、饮料和精制茶制造业成本费用利润率4.2.3 2014-2019年酒、饮料和精制茶制造业销售利润率4.3 中国酒、饮料和精制茶制造行业营运能力指标分析4.3.1 2014-2019年酒、饮料和精制茶制造业应收账款周转率4.3.2 2014-2019年酒、饮料和精制茶制造业流动资产周转率4.3.3 2014-2019年酒、饮料和精制茶制造业总资产周转率4.4 中国酒、饮料和精制茶制造行业偿债能力指标分析4.4.1 2014-2019年酒、饮料和精制茶制造业资产负债率4.4.2

2014-2019年酒、饮料和精制茶制造业利息保障倍数4.5 中国酒、饮料和精制茶制造行业财务状况综合评价4.5.1 酒、饮料和精制茶制造业财务状况综合评价4.5.2 影响酒、饮料和精制茶制造业财务状况的经济因素分析 第五章 2017-2019年中国凉茶市场分析5.1 2017-2019年凉茶市场状况综述5.1.1 市场发展现状概述5.1.2 行业增长情况分析5.1.3 市场消费特征分析5.1.4 行业面临成长极限5.1.5 市场发展动向分析5.2 2017-2019年广东凉茶市场分析5.2.1

广东凉茶产业发展现状5.2.2 广东凉茶市场良莠不齐5.2.3 加多宝深耕广东凉茶市场5.2.4 广东凉茶品牌需传承文化5.3 2017-2019年凉茶市场竞争分析5.3.1 凉茶市场品牌格局5.3.2 凉茶双雄之争态势5.3.3 凉茶其他品牌失色5.3.4 凉茶营销大战再起5.4 凉茶市场存在的问题及策略分析5.4.1 凉茶市场同质化现象严重5.4.2 凉茶业QS认证面临的问题5.4.3 凉茶业发展障碍及对策5.4.4 凉茶市场根据地战略分析 第六章 2017-2019年茶饮料行业竞争分析6.1

2017-2019年茶饮料行业竞争形势分析6.1.1 茶饮料竞争力增强6.1.2 茶饮料市场品牌格局6.1.3 茶饮料市场竞争动态6.1.4 瓶装奶茶竞争升级6.1.5 茶饮料竞争将愈加激烈6.2 茶饮料行业的SWOT剖析6.2.1 优势分析6.2.2 劣势分析6.2.3 机遇分析6.2.4 挑战分析6.3 茶饮料行业竞争力提升策略分析6.3.1 增长型战略(SO) 6.3.2 多种经营战略(ST) 6.3.3 扭转型战略(WO) 6.3.4 防御性战略(WT) 6.4 茶饮料市场竞争中的营销对策分析6.4.1 茶饮料品牌文化营销6.4.2 茶饮料营销竞争策略6.4.3 茶饮料广告策略分析6.4.4 茶饮料产品策略分析6.4.5 茶饮料三优先销售策略 第七章 2017-2019年茶饮料行业营销分析7.1 旭日升集团营销案例分析7.1.1 旭日升发展阶段及衰败原因7.1.2 旭日升的营销管理失误分析7.1.3 旭日升归来背后的“三板斧”策略7.1.4 旭日升的品牌回归策略解析7.2 康师傅营销策略分析7.2.1 康师傅茶饮料的营销策略组合7.2.2 康师傅茶饮料营销对茶饮企业的启迪7.2.3 康师傅茶饮料“美丽营销”战术分析7.2.4 康师傅冰红茶营销大打明星牌7.2.5 康师傅绿茶启动大规模网络营销7.3 统一茶饮料市场营销分析7.3.1 统一茶饮料的产品促销策略7.3.2 统一茶饮料的竞争战略解析7.3.3 统一茶饮料市场营销战略透析7.3.4

“统一冰醇茉莉”推广案例7.4 娃哈哈营销策略分析7.4.1 娃哈哈的品牌营销分析7.4.2 娃哈哈茶饮料推广方法7.4.3 娃哈哈的渠道模式分析7.4.4 娃哈哈的强势娱乐营销7.5 王老吉营销策略分析7.5.1 王老吉的营销创新方法7.5.2 王老吉媒体组合拳营销7.5.3 王老吉的体育营销策略7.5.4 王老吉多元化营销策略7.5.5 王老吉的文化营销核心7.5.6 王

老吉的体育营销策略7.5.4 王老吉多元化营销策略7.5.5 王老吉的文化营销核心7.5.6 王

老吉与加多宝的营销策略对比7.6 加多宝营销策略分析7.6.1 加多宝的基本营销方针解
析7.6.2 加多宝的“V”时刻营销战略7.6.3 加多宝试水视频动态植入营销7.6.4
加多宝品牌营销亮点7.6.5 加多宝春节营销布局 第八章 2017-2019年茶饮料市场替代产品发
展分析8.1 碳酸饮料8.1.1 行业发展回顾8.1.2 行业产量现状8.1.3 行业规模现状8.1.4 行业
经营现状8.1.5 市场态势分析8.2 果蔬汁饮料8.2.1 行业重要政策8.2.2 行业发展回顾8.2.3
行业运行现状8.2.4 行业发展瓶颈8.2.5 行业发展建议8.2.6 产品发展方向8.3 乳品饮料8.3.1
行业发展回顾8.3.2 行业经营现状8.3.3 细分市场分析8.3.4 市场前景广阔8.3.5 行业发展
趋势8.4 包装饮用水8.4.1 行业产量回顾8.4.2 行业产量现状8.4.3 行业格局生变8.4.4 行业
新标出台8.4.5 市场潜力看好 第九章 2017-2019年国内外茶饮料行业重点上市公司9.1 可口
可乐公司9.1.1 公司简介9.1.2 2016年企业经营状况9.1.3 2017年企业经营状况9.1.4 2019年
企业经营状况9.2 百事公司9.2.1 公司简介9.2.2 2016年企业经营状况9.2.3 2017年企业经
营状况9.2.4 2019年企业经营状况9.3 康师傅控股有限公司9.3.1 公司简介9.3.2 2016年企业经
营状况9.3.3 2017年企业经营状况9.3.4 2019年企业经营状况9.4 统一企业股份有限公司9.4.1
公司简介9.4.2 2015年企业经营状况9.4.3 2016年企业经营状况9.4.4 2017年企业经营状
况9.5 深圳市深宝实业股份有限公司9.5.1 企业发展概况9.5.2 经营效益分析9.5.3 业务经
营分析9.5.4 财务状况分析9.5.5 核心竞争力分析9.5.6 公司发展战略9.5.7 未来前景展望9.6
广州白云山医药集团股份有限公司9.6.1 企业发展概况9.6.2 经营效益分析9.6.3 业务经营
分析9.6.4 财务状况分析9.6.5 核心竞争力分析9.6.6 公司发展战略9.6.7 未来前景展望 第
十章 2020-2026年茶饮料市场投资及前景分析10.1 软饮料行业发展前景分析10.1.1 行业未
来发展动力10.1.2 市场消费潜力分析10.1.3 市场发展趋势预测10.1.4 市场竞争趋势分析10.2
茶饮料行业投资机会分析10.2.1 行业投资机遇分析10.2.2 企业进入机会分析10.2.3 新品
催生创业机会10.2.4 产品投资开发方向10.3 茶饮料市场发展前景分析10.3.1 茶饮料市场未
来前景展望10.3.2 无糖茶饮料市场前景分析10.3.3 纯茶饮料的发展趋势预测10.3.4 中草药
保健茶发展前景广阔10.4 2020-2026年中国茶饮料及其他软饮料制造行业预测10.4.1 中国茶
饮料及其他软饮料制造行业影响因素分析——;10.4.2 2020-2026年中国茶饮料及其
其他软饮料制造行业工业销售产值预测10.4.3 2020-2026年中国茶饮料及其他软饮料制造行业产
品销售收入预测10.4.4 2020-2026年中国茶饮料及其他软饮料制造行业利润总额预测 附录：附
录一：软饮料的分类标准附录二：茶饮料生产许可证审查细则附录三：茶饮料国家标准

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0702/201910/10-316406.html>