

2020-2026年中国茶饮料市 场深度分析与市场供需预测报告

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

《2020-2026年中国茶饮料市场深度分析与市场供需预测报告》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/202007/174734.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。中企顾问网发布的《2020-2026年中国茶饮料市场深度分析与市场供需预测报告》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 2016-2019年软饮料行业分析2.1 2016-2019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

2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019年茶饮料市场运行分析3.3.1

2019年茶饮料消费市场状况3.3.2 2019年茶饮料消费者满意度3.3.3 2019年茶饮料市场发展态势3.3.4 2019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 2016-2019年中国凉茶市场分析5.1 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019年茶饮料行业竞争分析6.1 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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 2019年企业经营状况9.1.3 2019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 2019年企业经营状况9.2.3 2019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 2019年企业经营状况9.3.3 2019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 2019年企业经营状况9.4.3 2019年企业经营状况9.4.4 2019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.cction.com/report/202007/174734.html>