

# 2017-2022年中国茶饮料行业深度调研与发展趋势研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国茶饮料行业深度调研与发展趋势研究报告》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.abaogao.com/b/yinliao/l58532YGUS.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国茶饮料行业深度调研与发展趋势研究报告》共十一章。首先介绍了茶饮料相关概念及发展环境，接着分析了中国茶饮料规模及消费需求，然后对中国茶饮料市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国茶饮料面临的机遇及发展前景。您若想对中国茶饮料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家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	27
11 茶饮料的成分及分类	27
111 茶饮料的概念	27
112 茶饮料的主要成分	27
113 茶饮料的分类	27
114 其它几种茶饮料	28
12 茶饮料品质影响因素及生产工艺流程	29
121 影响茶饮料品质的因素	29
122 茶饮料生产工艺要点	30
123 茶饮料的生产模式	31
124 各式茶饮料生产工艺流程	31
13 茶饮料工艺技术及发展应用	32
131 茶汤萃取工艺概述	32
132 茶饮料的热澄清工艺	34
133 罐装液态茶饮料加工技术	39

134 速溶茶粉在纯茶饮料中的应用40

135 灌装茶工艺的对比分析40

## 第二章 2014-2016年软饮料行业分析42

21 2014-2016年世界软饮料行业发展概况42

211 全球软饮料市场发展态势分析42

212 部分国家软饮料进出口状况50

213 国际软饮料包装材料的发展变化52

214 美国软饮料市场销量持续下滑54

215 俄罗斯软饮料市场发展走势与前景55

22 2011-2015年中国软饮料行业发展分析56

221 2014-2016年中国饮料业行业发展回顾56

222 2014-2016年中国软饮料生产及销售状况59

223 2015年我国软饮料市场发展动态63

23 2014-2016年中国软饮料市场竞争分析65

231 软饮料行业的竞争力评析65

232 中国软饮料市场竞争程度剖析66

233 “强强联手”竞争模式初步成型67

234 特殊用途饮料成软饮料市场竞争的蓝海69

235 2014-2016年我国软饮料市场竞争特点分析70

## 第三章 2014-2016年中国茶饮料行业分析73

31 茶饮料行业发展概述73

311 中国茶饮料十五年发展变化73

312 茶饮料行业特征分析74

313 驱动茶饮料行业发展的宏观因素解析79

32 2014-2016年茶饮料政策环境分析96

321 《食品安全法》正式实施96

33 茶饮料市场发展总体分析98

331 中国茶饮料市场发展综述98

332 我国茶饮料市场发展的特点99

333 茶饮料市场消费者需求特征透析99

- 334 中国茶饮料市场产品结构分析101
- 335 茶饮料与果汁饮料消费需求差异对比解析104
- 34 2011-2015年茶饮料市场发展分析107
- 341 2014-2016年茶饮料市场呈蓬勃发展态势107
- 342 2014-2016年茶饮料市场的新变化透析108
- 343 2014-2016年汇源收购旭日升强势介入茶饮料市场110
- 344 2014-2016年借塑化剂事件契机茶饮料积极抢占市场113
- 345 2015年茶饮料市场的发展特征115
- 35 2014-2016年茶饮料市场存在问题及对策分析121
- 351 中国茶饮料产业存在的问题分析121
- 352 中国茶饮料行业亟需规范化发展122

#### 第四章 中国茶饮料及其他软饮料制造行业财务状况124

- 41 中国茶饮料及其他软饮料制造行业经济规模124
- 411 2014-2016年茶饮料及其他软饮料制造业销售规模124
- 412 2014-2016年茶饮料及其他软饮料制造业利润规模125
- 413 2014-2016年茶饮料及其他软饮料制造业资产规模128
- 42 中国茶饮料及其他软饮料制造行业盈利能力指标分析131
- 421 2014-2016年茶饮料及其他软饮料制造业亏损面131
- 422 2014-2016年茶饮料及其他软饮料制造业盈利能力分析136
- 423 2014-2016年茶饮料及其他软饮料制造业成本费用利润率140
- 43 中国茶饮料及其他软饮料制造行业营运能力指标分析152
- 431 2014-2016年茶饮料及其他软饮料制造业应收账款周转率152
- 44 中国茶饮料及其他软饮料制造行业偿债能力指标分析158
- 441 2014-2016年茶饮料及其他软饮料制造业偿债能力分析158

#### 第五章 2014-2016年中国凉茶市场分析161

- 51 2014-2016年凉茶市场状况综述161
- 511 中国凉茶市场发展概述161
- 512 中国凉茶市场竞争格局分析164
- 513 我国首个“凉茶公约”重磅出炉166
- 514 受中药材涨价影响凉茶业成本剧增172

- 515 凉茶市场发展机会探析174
- 52 2014-2016年广东凉茶市场分析175
- 521 广东凉茶市场发展现状175
- 522 广东凉茶市场良莠不齐176
- 523 广东凉茶市场运行特点177
- 53 2014-2016年凉茶市场竞争分析182
- 531 凉茶市场竞争历程分析182
- 532 霸王引发凉茶市场新一轮混战185
- 533 我国凉茶市场竞争升级187
- 534 两大凉茶新品的竞争手段解析190
- 54 凉茶市场存在的问题及策略分析191
- 541 凉茶市场同质化现象严重191
- 542 凉茶业QS认证面临的问题191
- 543 国内多数凉茶企业经营状况欠佳194
- 544 凉茶饮料业发展障碍及对策分析194
- 545 中国凉茶市场根据地战略分析195

## 第六章 2014-2016年茶饮料行业竞争分析197

- 61 2014-2016年茶饮料行业竞争格局分析197
- 611 中国茶饮料行业龙头企业简述197
- 612 中国茶饮料市场竞争状况分析198
- 613 茶饮料竞争焦点转向新包装与新品种201
- 62 茶饮料市场竞争群体详解202
- 621 市场先行者：旭日升202
- 622 市场领导者：康师傅和统一203
- 623 市场挑战者：可口可乐204
- 624 其它市场追随者205
- 63 茶饮料行业的SWOT剖析及竞争策略选择205
- 631 机遇分析205
- 632 威胁分析205
- 633 优势分析205
- 634 劣势分析206

- 635 市场挑战者竞争战略探讨206
- 64 茶饮料市场竞争中的营销对策分析208
- 641 茶饮料品牌文化营销解析208
- 642 茶饮料市场营销竞争策略209
- 643 茶饮料广告策略分析210
- 644 茶饮料产品策略分析212
- 645 茶饮料三优先销售策略解析212

## 第七章 2014-2016年茶饮料行业营销分析216

- 71 旭日升集团营销案例分析216
- 711 旭日升发展阶段及衰败原因分析216
- 712 旭日升营销管理失误分析220
- 713 旭日升归来背后的“三板斧”策略分析222
- 714 2014-2016年依托汇源集团优势旭日升高调回归224
- 72 康师傅营销策略分析226
- 721 康师傅茶饮料市场多品牌战略226
- 722 康师傅茶饮料的营销策略组合231
- 723 康师傅茶饮料营销对茶饮企业的启迪232
- 724 康师傅饮料的“再来一瓶”营销策略解析234
- 725 康师傅茶饮料的“美丽营销”战术分析236
- 73 统一茶饮料市场营销分析237
- 731 统一茶饮料的产品促销策略分析237
- 732 统一茶饮料的竞争战略解析239
- 733 统一茶饮料市场营销战略透析240
- 74 娃哈哈营销策略分析242
- 741 娃哈哈的品牌营销分析242
- 742 娃哈哈茶饮料的推广方法解析245
- 743 娃哈哈迈向高端市场营销策略探析251
- 75 王老吉253
- 751 王老吉营销策略概述253
- 752 王老吉网络营销推广方案简述256
- 753 以CSR战略角度透视王老吉的亚运营销258

754 王老吉营销发展面临的挑战260

## 第八章 2014-2016年茶饮料市场替代产品发展分析268

### 81 碳酸饮料268

811 中国碳酸饮料生产与消费情况268

812 中国碳酸饮料市场发展状况分析269

813 碳酸饮料巨头缩减包装变相涨价269

### 82 果汁饮料270

821 中国果汁饮料市场发展概况270

822 2015年欧盟出台果汁新规272

823 果汁饮料行业未来发展热点273

### 83 乳品饮料276

831 我国含乳饮料行业发展综述276

832 我国乳饮料市场新品层出不穷278

833 果粒酸乳饮料成市场热点278

834 未来我国乳饮料企业发展趋势探析278

### 84 包装饮用水279

841 包装饮用水市场综合分析279

842 中国饮用水行业步入成熟阶段282

843 2014-2016年中国饮用水行业发展主题283

844 中国瓶装水市场竞争形态剖析285

845 饮用水行业竞争焦点285

## 第九章 2017-2022年茶饮料市场投资及前景分析286

### 91 软饮料行业发展前景分析286

911 软饮料行业发展优势及空间分析286

912 未来软饮料业将步入重构时期288

913 我国西部软饮料市场增长潜力巨大290

914 软饮料市场消费方向分析291

### 92 茶饮料行业投资机会分析296

921 茶饮料新品催生创业机会296

923 茶饮料产品的投资开发方向298



- 93 2017-2022年茶饮料行业前景预测299
- 931 2017-2022年中国茶饮料及其他软饮料制造行业预测分析299
- 932 我国茶饮料市场未来前景展望299

## 第十章 2011-2015年国内外茶饮料行业重点上市公司301

- 101 可口可乐301
  - 1011 公司简介301
  - 1012 2014-2016年可口可乐公司经营状况301
  - 1013 可口可乐茶饮料品牌战略分析305
  - 1014 2015年“原叶”茶饮市场推广策略分析307
- 102 百事可乐308
  - 1021 公司简介308
  - 1022 百事“草本乐”产品分析309
  - 1023 2013-2013财年百事公司经营状况311
  - 1025 百事可乐凭借草本乐进军我国草本饮料市场315
- 103 康师傅控股有限公司317
  - 1031 公司简介317
  - 1032 2014-2016年康师傅经营状况分析318
  - 1033 2014-2016年康师傅集团总体运营态势分析321
  - 1034 康师傅茶饮研发成功因素分析322
- 104 统一企业股份有限公司327
  - 1041 公司简介327
  - 1042 2014-2016年统一企业经营状况分析327
  - 1043 2014-2016年统一集团总体运营态势分析327
- 105 深圳市深宝实业股份有限公司330
  - 1051 公司简介330
  - 1052 2014-2016年深宝经营状况分析330
  - 1053 公司未来发展展望334
- 106 广州药业股份有限公司334
  - 1061 公司简介334
  - 1062 2011-2016年1-8月广州药业经营状况分析335
  - 1063 2015年1-9广州药业经营状况分析336

1065 广州药业获得白云山凉茶代理权337

1066 广州药业大肆进军美国凉茶市场337

## 第十一章 2014-2016年国内茶饮料行业其他重点企业竞争优势及财务状况分析339(ZYwzy)

111 广州顶津食品有限公司339

1111 2014-2016年公司发展状况分析339

1112 公司偿债能力分析339

1113 公司营运能力分析341

1114 公司获利能力分析344

112 乐天澳的利饮料有限公司345

1121 2014-2016年公司发展状况分析345

1122 公司偿债能力分析346

1123 公司营运能力分析347

1124 公司获利能力分析351

113 康师傅广州饮品有限公司352

1131 2014-2016年公司发展状况分析352

1132 公司偿债能力分析353

1133 公司营运能力分析354

1134 公司获利能力分析357

114 广东加多宝饮料食品有限公司359

1141 2014-2016年公司发展状况分析359

1142 公司偿债能力分析359

1143 公司营运能力分析361

1144 公司获利能力分析365

115 杭州顶津食品有限公司367

1151 2014-2016年公司发展状况分析367

1152 公司偿债能力分析367

1153 公司营运能力分析369

1154 公司获利能力分析372

116 浙江加多宝饮料有限公司374

1161 2014-2016年公司发展状况分析374

1162 公司偿债能力分析374

- 1163 公司营运能力分析375
- 1164 公司获利能力分析378
- 117 红牛维他命饮料有限公司379
- 1171 2014-2016年公司发展状况分析379
- 1172 公司偿债能力分析380
- 1173 公司营运能力分析382
- 1174 公司获利能力分析384
- 118 康师傅（沈阳）饮品有限公司386
- 1181 2014-2016年公司发展状况分析386
- 1182 公司偿债能力分析386
- 1183 公司营运能力分析387
- 1184 公司获利能力分析390
- 119 福建加多宝饮料有限公司392
- 1191 2014-2016年公司发展状况分析392
- 1192 公司偿债能力分析392
- 1193 公司营运能力分析393
- 1194 公司获利能力分析396
- 1110 浙江香飘飘食品有限公司397
- 11101 2014-2016年公司发展状况分析397
- 11102 公司偿债能力分析398
- 11103 公司营运能力分析399
- 11104 公司获利能力分析402
- 1112 郑州顶津食品有限公司404
- 11121 2014-2016年公司发展状况分析404
- 11122 公司偿债能力分析404
- 11123 公司营运能力分析405
- 11124 公司获利能力分析408
- 1113 浙江娃哈哈昌盛饮料集团有限公司409
- 11131 2014-2016年公司发展状况分析409
- 11132 公司偿债能力分析410
- 11133 公司营运能力分析411
- 11134 公司获利能力分析414

1114	加多宝饮料有限公司	415
11141	2014-2016年公司发展状况分析	415
11142	公司偿债能力分析	415
11143	公司营运能力分析	416
11144	公司获利能力分析	419
1115	湖北元阳食品有限公司	420
11151	2014-2016年公司发展状况分析	420
11152	公司偿债能力分析	420
11153	公司营运能力分析	421
11154	公司获利能力分析	424
1116	成都市美迪特饮料有限公司	425
11161	2014-2016年公司发展状况分析	425
11162	公司偿债能力分析	425
11163	公司营运能力分析	426
11164	公司获利能力分析	429

#### 图表目录：

图表：	我国茶饮料行业的产业链结构图	29
图表：	2011年～2015年我国软饮料月度产量及增速	44
图表：	2011年～2015年我国碳酸饮料月度产量及增速	45
图表：	2011年～2015年我国瓶（罐）装饮用水月度产量及增速	46
图表：	2012年～2015年我国软饮料累计销量	47
图表：	2012年～2015年我国城乡居民累计收入及增速	48
图表：	2011年～2015年限额以上批发零售业饮料类商品零售总值	49
图表：	2016年1-8月我国软饮料出厂价格指数	50
图表：	2011年～2015年我国果蔬汁月度出口量及同比增速	51
图表：	2011年～2015年我国橙汁月度出口量及同比增速	51
图表：	2011年～2015年我国苹果汁月度出口量及同比增速	52
图表：	2012-2015年中国饮料行业企业数量增长趋势	57
图表：	2016年1～8月我国软饮料月度产量及同比增速	60
图表：	2016年1～8月我国碳酸饮料月度产量及同比增速	61
图表：	2011年以来我国果汁和蔬菜汁饮料类月度产量及同比增速	62

图表：2011-2016年8月我国软饮料产量及增速（单位：万吨，%）62

图表：2012-2015年软饮料制造业利润总额及同比增速63

图表：2012-2015年以来我国农产品批发价格指数64

图表：2012-2015年我国原材料、燃料、动力购进价格指数64

图表：2012-2015年我国农产品批发价格指数65

图表：2012-2015年茶饮料及销售额71

图表：2012-2015年我国人口及其自然增长率变化趋势81

图表：2012-2015年我国出口人口性别比变化情况81

图表：2013-2015年末各年龄段人口比重82

图表：2012-2015年我国各年龄段人口比重变化情况82

图表：2011-2015中国城乡居民恩格尔系数对比表84

图表：2012-2015年我国社会消费品零售总额及其增长速度88

图表：我国社会消费品零售总额分月同比增长速度88

图表：2015年份社会消费品零售总额主要数据89

图表：按购买行为因素细分市场100

图表：各类饮料的购买场景100

图表：果汁饮料和茶饮料消费频次差异105

图表：对果汁饮料和茶饮料价格接受程度差异106

图表：果汁饮料和茶饮料目标消费者差异106

图表：2012-2015年中国茶饮料及其他饮料制行业销售收入分析124

图表：2012-2015年中国茶饮料及其他饮料制造料行业利润总额分析125

图表：2012-2015年中国茶饮料及其他饮料制造料行业资产状况分析128

图表:2012-2015年茶饮料及其他软饮料制造业亏损面131

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/l58532YGUS.html>