

2016-2022年中国茶饮料行业深度调研与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国茶饮料行业深度调研与行业竞争对手分析报告》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.abaogao.com/b/yinliao/S57750OBAI.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

前言

中国茶饮料市场自1993年起步，2001年开始进入快速发展期，近年来，由于消费者的健康养生观念日益浓厚，中国茶饮料市场呈现出蓬勃发展态势。被誉为“新生代饮料”的茶饮料，将中国传统“茶”文化与现代饮品相结合，更符合现代人崇尚天然、绿色的消费追求，逐渐成为市场上的“新宠”。据相关数据显示，中国茶饮料消费市场几乎以每年30%的速度增长。目前，茶饮已经占据中国饮料消费市场份额的20%以上，市场潜力巨大。

随着茶饮料行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的茶饮料企业愈来愈重视对行业市场的分析研究，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。正因为如此，一大批优秀品牌迅速崛起，逐渐成为行业中的翘楚。

本茶饮料行业研究报告是智研数据研究中心公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国茶饮料行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国茶饮料行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国茶饮料行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国茶饮料行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 中国茶饮料行业发展综述

1.1 茶饮料行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业主要产品大类

1.2 茶饮料行业统计标准

1.2.1 茶饮料行业统计部门和统计口径

1.2.2 茶饮料行业统计方法

1.2.3 茶饮料行业数据种类

1.3 茶饮料行业供应链分析

1.3.1 茶饮料行业上下游产业供应链简介

1.3.2 茶饮料行业下游需求分析

(1) 居民收入水平

(2) 居民消费信心

(3) 居民消费结构

(4) 居民消费行为

1.3.3 茶饮料行业上游产业供应链分析

(1) 茶叶产业发展现状及趋势分析

(2) 酸味剂行业发展现状及趋势分析

(3) 香精市场发展现状及价格分析

(4) 白糖市场发展现状及价格分析

第二章 茶饮料行业发展状况分析

2.1 中国茶饮料行业发展状况分析

2.1.1 中国茶饮料行业发展总体概况

2.1.2 中国茶饮料行业发展主要特点

2.1.3 茶饮料行业经营情况分析

(1) 茶饮料行业经营效益分析

(2) 茶饮料行业盈利能力分析

(3) 茶饮料行业运营能力分析

(4) 茶饮料行业偿债能力分析

(5) 茶饮料行业发展能力分析

2.2 茶饮料行业经济指标分析

2.2.1 茶饮料行业主要经济效益影响因素

2.2.2 茶饮料行业经济指标分析

2.2.3 不同规模企业经济指标分析

2.2.4 不同性质企业经济指标分析

2.2.5 不同地区企业经济指标分析

2.3 茶饮料行业供需平衡分析

2.3.1 全国茶饮料行业供给情况分析

(1) 全国茶饮料行业总产值分析

(2) 全国茶饮料行业产成品分析

2.3.2 各地区茶饮料行业供给情况分析

(1) 总产值排名前10个地区分析

(2) 产成品排名前10个地区分析

2.3.3 全国茶饮料行业需求情况分析

(1) 全国茶饮料行业销售产值分析

(2) 全国茶饮料行业销售收入分析

2.3.4 各地区茶饮料行业需求情况分析

(1) 销售产值排名前10个地区分析

(2) 销售收入排名前10个地区分析

2.3.5 全国茶饮料行业产销率分析

2.4 茶饮料行业进出口市场分析

2.4.1 茶饮料行业进出口状况综述

2.4.2 茶饮料行业出口市场分析

(1) 行业出口整体情况

(2) 行业出口产品结构

2.4.3 茶饮料行业进口市场分析

(1) 行业进口整体情况

(2) 行业进口产品结构

2.4.4 茶饮料行业进出口前景及建议

(1) 茶饮料行业出口前景及建议

(2) 茶饮料行业进口前景及建议

第三章 茶饮料行业市场环境分析

3.1 行业政策环境分析

3.1.1 行业相关政策动向

(1) 卫生部批准允许夏枯草等为凉茶饮料原料

(2) 新的《茶饮料》国家标准开始实施

(3) 工信部要求：食品企业建立产品召回制度

(4) 《中华人民共和国食品安全法》正式实施

(5) 《饮料通则》正式实施

3.1.2 茶饮料行业发展规划

3.2 行业经济环境分析

3.2.1 国际宏观经济环境分析

3.2.2 国内宏观经济环境分析

3.2.3 行业宏观经济环境分析

3.3 茶饮料消费市场分析

3.3.1 茶饮料消费者基本特征

3.3.2 茶饮料消费者心理特征

3.3.3 茶饮料消费需求分析

3.3.4 茶饮料消费趋势分析

3.3.5 茶饮料和果汁饮料消费者对比分析

(1) 茶饮料和果汁饮料的消费差异

(2) 茶饮料和果汁饮料的消费共性

3.4 行业社会环境分析

3.4.1 行业发展与社会经济的协调

3.4.2 行业发展的地区不平衡问题

3.4.3 行业发展与茶文化传播的关系

第四章 茶饮料行业市场竞争状况分析

4.1 行业总体市场竞争状况分析

4.2 行业国际市场竞争状况分析

4.2.1 国际茶饮料市场发展状况

4.2.2 国际茶饮料市场竞争状况分析

4.2.3 国际茶饮料市场发展趋势分析

4.2.4 跨国公司在中国市场的投资布局

(1) 可口可乐在华投资布局分析

(2) 百事可乐在华投资布局分析

(3) 雀巢在华投资布局分析

(4) 三得利在华投资布局分析

4.2.5 跨国公司在中国的竞争策略分析

4.3 行业国内市场竞争状况分析

4.3.1 国内茶饮料行业竞争格局分析

4.3.2 国内茶饮料行业竞争模式分析

4.3.3 国内茶饮料行业集中度分析

(1) 行业销售集中度分析

(2) 行业资产集中度分析

(3) 行业利润集中度分析

4.3.4 国内茶饮料行业市场规模分析

4.4 行业替代品市场分析

4.4.1 国内软饮料市场规模分析

4.4.2 国内软饮料市场竞争状况

4.4.3 国内果汁饮料市场分析

(1) 果汁饮料市场现状分析

(2) 果汁饮料市场发展前景及预测

(3) 果汁饮料未来发展趋势分析

4.4.4 国内碳酸饮料市场分析

(1) 碳酸饮料市场现状分析

(2) 碳酸饮料市场发展前景分析

(3) 碳酸饮料发展趋势分析

4.4.5 国内乳饮料市场分析

(1) 乳饮料市场现状分析

(2) 乳饮料市场发展前景分析

(3) 乳饮料发展趋势分析

4.4.6 国内蔬菜汁饮料市场分析

(1) 蔬菜汁饮料市场现状分析

(2) 蔬菜汁饮料市场发展前景分析

(3) 蔬菜汁饮料发展趋势分析

4.4.7 国内瓶装饮用水市场分析

(1) 瓶装饮用水市场现状分析

(2) 瓶装饮用水市场发展前景分析

(3) 瓶装饮用水市场发展趋势分析

4.5 行业投资兼并与重组整合分析

4.5.1 茶饮料行业投资兼并与重组整合概况

4.5.2 国际茶饮料企业投资兼并与重组整合

4.5.3 国内茶饮料企业投资兼并与重组整合

4.5.4 茶饮料行业投资兼并与重组整合特征判断

4.6 行业不同经济类型企业特征分析

4.6.1 不同经济类型企业特征情况

4.6.2 行业经济类型集中度分析

第五章 茶饮料行业主要产品市场分析

5.1 行业主要产品结构特征

5.1.1 行业产品结构特征分析

5.1.2 行业产品市场发展概况

5.1.3 行业产品市场价格分析

5.2 行业主要产品市场分析

5.2.1 纯茶饮料市场分析

5.2.2 红茶饮料市场分析

5.2.3 绿茶饮料市场分析

5.2.4 汽茶饮料市场分析

5.2.5 其它茶饮料市场分析

5.3 行业产品生产工艺分析

5.3.1 茶饮料生产工艺分析

5.3.2 茶饮料加工技术分析

5.3.3 茶饮料生产工艺发展趋势

5.4 行业产品包装技术分析

5.4.1 国际茶饮料包装技术分析

5.4.2 国内传统茶饮料包装技术分析

5.4.3 茶饮料新品包装的设计策略

5.4.4 茶饮料包装技术发展趋势

第六章 行业产品营销策略及广告定位分析

6.1 城市居民茶饮料消费特征分析

- 6.1.1 城市居民茶饮料购买比例
- 6.1.2 不同人口特征城市居民的茶饮料购买比例
 - (1) 不同性别居民的茶饮料购买分析
 - (2) 不同年龄居民的茶饮料购买分析
 - (3) 不同学历居民的茶饮料购买分析
 - (4) 不同收入居民的茶饮料购买分析
- 6.2 茶饮料行业产品营销策略分析
 - 6.2.1 行业产品品牌策略分析
 - 6.2.2 行业产品终端策略分析
 - (1) 行业主要产品终端促销分析
 - (2) 行业主要产品终端活化分析
 - 6.2.3 行业产品销售渠道分析
 - (1) 行业产品销售渠道现状
 - (2) 行业产品渠道网络中存在的问题
 - (3) 行业产品销售渠道发展策略及趋势
 - 6.2.4 行业产品营销策略案例分析
 - (1) 康师傅茶饮料营销策略分析
 - (2) 统一茶饮料营销策略分析
 - (3) 娃哈哈茶饮料营销策略分析
 - (4) 旭日升茶饮料营销策略分析
 - (5) 健力宝茶饮料营销策略分析
 - (6) 可口可乐茶饮料营销策略分析
- 6.3 茶饮料行业产品广告策略分析
 - 6.3.1 行业主要品牌广告策略
 - 6.3.2 行业产品市场定位分析
 - 6.3.3 行业产品广告投放策略
 - 6.3.4 行业产品广告代言人策略
- 6.4 不同媒介接触频率居民茶饮料消费
 - 6.4.1 不同电视媒介接触频率居民茶饮料消费情况
 - 6.4.2 不同广播媒介接触频率居民茶饮料消费情况
 - 6.4.3 不同报纸媒介接触频率居民茶饮料消费情况
 - 6.4.4 不同杂志媒介接触频率居民茶饮料消费情况

6.4.5 不同网络媒介接触频率居民茶饮料消费情况

第七章 茶饮料行业重点区域市场分析

7.1 行业总体区域结构特征分析

7.1.1 行业区域结构总体特征

7.1.2 行业区域集中度分析

7.2 行业重点区域产销情况分析

7.2.1 华北地区茶饮料行业产销情况分析

(1) 天津市茶饮料行业产销情况分析

(2) 河北省茶饮料行业产销情况分析

(3) 北京市茶饮料行业产销情况分析

(4) 内蒙古茶饮料行业产销情况分析

7.2.2 东北地区茶饮料行业产销情况分析

(1) 辽宁省茶饮料行业产销情况分析

(2) 吉林省茶饮料行业产销情况分析

(3) 黑龙江省茶饮料行业产销情况分析

7.2.3 华东地区茶饮料行业产销情况分析

(1) 上海市茶饮料行业产销情况分析

(2) 江苏省茶饮料行业产销情况分析

(3) 浙江省茶饮料行业产销情况分析

(4) 山东省茶饮料行业产销情况分析

(5) 福建省茶饮料行业产销情况分析

(6) 江西省茶饮料行业产销情况分析

(7) 安徽省茶饮料行业产销情况分析

7.2.4 华中地区茶饮料行业产销情况分析

(1) 湖南省茶饮料行业产销情况分析

(2) 湖北省茶饮料行业产销情况分析

(3) 河南省茶饮料行业产销情况分析

7.2.5 华南地区茶饮料行业产销情况分析

(1) 广东省茶饮料行业产销情况分析

(2) 广西省茶饮料行业产销情况分析

7.2.6 西南地区茶饮料行业产销情况分析

(1) 四川省茶饮料行业产销情况分析

(2) 贵州省茶饮料行业产销情况分析

(3) 重庆市茶饮料行业产销情况分析

7.2.7 西北地区茶饮料行业产销情况分析

(1) 陕西省茶饮料行业产销情况分析

(2) 新疆茶饮料行业产销情况分析

第八章 茶饮料行业主要企业生产经营分析

8.1 茶饮料企业发展总体状况分析

8.1.1 茶饮料企业规模

8.1.2 茶饮料行业工业产值状况

8.1.3 茶饮料行业销售收入和利润

8.1.4 主要茶饮料企业创新能力分析

8.2 茶饮料行业领先企业个案分析

8.2.1 深圳市深宝实业股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业组织架构分析

(8) 企业产品结构及新产品动向

(9) 企业销售渠道与网络

(10) 企业经营状况优劣势分析

(11) 企业投资兼并与重组分析

(12) 企业最新发展动向分析

8.2.2 杭州顶津食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.3 杭州娃哈哈乐维食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.4 得利(上海)食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.5 武汉统一企业食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.6 广州顶津食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.7 上海锦江麒麟饮料食品公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业投资兼并与重组分析

8.2.8 农夫山泉浙江千岛湖有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.9 乐百氏（广东）食品饮料有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

8.2.10 广东健力宝集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析
- (5) 企业最新发展动向分析

8.2.11 昆山统一企业食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析

8.2.12 可口可乐装瓶商生产（东莞）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.13 天喔食品（集团）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析

8.2.14 黑松食品（苏州）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.15 江西润田饮料有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析

8.2.16 天津津美饮料有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.17 维他奶（上海）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.18 上海申美饮料食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析

8.2.19 福建新乌龙饮料有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.20 天津华维斯特实业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

8.2.21 北京统一麒麟饮料有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析

8.2.22 福建达利集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

8.2.23 生力(广东)食品饮料有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况优劣势分析

(5) 企业最新发展动向分析

8.2.24 北京燕京饮料有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况优劣势分析

(5) 企业最新发展动向分析

8.2.25 今麦郎食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向分析

第九章 茶饮料行业发展趋势分析与预测

9.1 中国茶饮料市场发展趋势

9.1.1 中国茶饮料市场发展趋势分析

9.1.2 中国茶饮料市场发展前景预测

9.2 茶饮料行业投资特性分析

9.2.1 茶饮料行业进入壁垒分析

9.2.2 茶饮料行业盈利模式分析

9.2.3 茶饮料行业盈利因素分析

9.3 中国茶饮料行业投资建议(ZY PXS)

9.3.1 茶饮料行业投资风险

9.3.2 茶饮料行业主要投资建议

图表目录：

图表1：茶饮料行业产业链示意图

图表2：城乡居民收入与财政收入增速比较（单位：%）

图表3：城镇居民酒和饮料消费支出情况（单位：元）

图表4：国内白糖现货市场价格（单位：元/吨）

图表5：国内白糖产销进度情况（部分产区）（单位：万吨，%）

图表6：茶饮料行业经营效益分析（单位：个，人，万元，%）

图表7：中国茶饮料行业盈利能力分析（单位：%）

图表8：中国茶饮料行业运营能力分析（单位：次）

图表9：中国茶饮料行业偿债能力分析（单位：%、倍）

图表10：中国茶饮料行业发展能力分析（单位：%）

图表11：茶饮料行业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表12：中国大型茶饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表13：中国中型茶饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表14：中国小型茶饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表15：不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：%）

图表16：不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）

图表17：不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）

图表18：不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）

图表19：国有茶饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表20：集体茶饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表21：股份合作茶饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表22：股份制茶饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表23：私营茶饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表24：外商和港澳台投资茶饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表25：其他性质茶饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表26：不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%）

图表27：不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）

图表28：不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）

图表29：不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）

图表30：居前的10个省市销售收入统计表（单位：万元，%）

图表31：居前的10个省市销售收入比重图（单位：%）

图表32：居前的10个省市资产总额统计表（单位：万元，%）

图表33：居前的10个省市资产总额比重图（单位：%）

图表34：居前的10个省市负债统计表（单位：万元，%）

图表35：居前的10个省市负债比重图（单位：%）

图表36：居前的10个省市销售利润统计表（单位：万元，%）

图表37：居前的10个省市销售利润比重图（单位：%）

图表38：居前的10个省市利润总额统计表（单位：万元，%）

图表39：居前的10个省市利润总额比重图（单位：%）

图表40：居前的10个省市产成品统计表（单位：万元，%）

图表41：居前的10个省市产成品比重图（单位：%）

图表42：居前的10个省市单位数及亏损单位数统计表（单位：个）

图表43：居前的10个省市企业单位数比重图（单位：%）

图表44：居前的10个亏损省市亏损总额统计表（单位：万元，%）

图表45：居前的10个亏损省市亏损总额比重图（单位：%）

图表46：茶饮料行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表47：茶饮料行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表48：工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表49：工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）

图表50：产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表51：产成品居前的10个地区比重图（单位：%）

图表52：茶饮料行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）

图表53：茶饮料行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表54：销售产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表55：销售产值居前的10个地区比重图（单位：%）

图表56：销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表57：销售收入居前的10个地区比重图（单位：%）

图表58：全国茶饮料行业产销率变化趋势图（单位：%）

图表59：中国茶饮料行业进出口状况表（单位：万美元，%）

图表60：茶饮料行业产品出口月度金额走势图（单位：万美元）

图表61：中国茶饮料行业出口产品（单位：立方米，吨，万美元）

图表62：茶饮料行业出口产品结构（单位：%）

图表63：茶饮料行业产品进口月度金额走势图（单位：万美元）

图表64：中国茶饮料行业进口产品（单位：立方米，万美元）

图表65：茶饮料行业进口产品结构（单位：%）

图表66：中国茶饮料行业产值区域分布（单位：%）

图表67：茶饮料行业竞争格局（单位：%）

图表68：中国茶饮料行业销售收入前十排名（单位：万元，%）

图表69：中国茶饮料行业前10名厂商销售额及销售份额（单位：万元，%）

图表70：茶饮料行业销售集中度变化图（单位：%）

图表71：中国茶饮料行业前10名厂商资产规模（单位：万元，%）

图表72：茶饮料行业资产集中度变化图（单位：%）

图表73：中国茶饮料行业前10名厂商利润情况（单位：万元，%）

图表74：茶饮料行业利润集中度变化图（单位：%）

图表75：中国茶饮料行业市场规模变化趋势及预测（单位：亿元，%）

图表76：中国软饮料行业市场规模变化趋势图（单位：亿元）

图表77：中国软饮料市场竞争格局（单位：%）

图表78：中国果汁行业资产及销售规模分析（单位：亿元，%）

图表79：果汁行业出口比重（单位：%）

图表80：中国果汁行业前景预测（单位：亿元，%）

图表81：碳酸饮料行业资产负债规模变化趋势图（单位：亿元，%）

图表82：碳酸饮料行业工业总产值趋势图（单位：亿元，%）

图表83：碳酸饮料行业销售收入趋势图（单位：亿元，%）

图表84：2016-2020年碳酸饮料行业市场规模预测（单位：亿元，%）

图表85：含乳饮料和植物蛋白饮料行业资产负债规模变化趋势图（单位：亿元，%）

图表86：含乳饮料和植物蛋白饮料行业工业总产值趋势图（单位：亿元，%）

图表87：含乳饮料和植物蛋白饮料行业销售收入趋势图（单位：亿元，%）

图表88：2016-2020年含乳饮料和植物蛋白饮料行业市场规模预测（单位：亿元，%）

图表89：瓶（罐）装饮用水行业资产负债规模变化趋势图（单位：亿元，%）

图表90：瓶（罐）装饮用水行业工业总产值趋势图（单位：亿元，%）

图表91：瓶（罐）装饮用水行业销售收入趋势图（单位：亿元，%）

图表92：2016-2020年瓶（罐）装饮用水行业市场规模预测（单位：亿元，%）

图表93：茶饮料行业企业的所有制结构特征（单位：个，万元）

图表94：茶饮料行业不同经济类型企业的财务状况比较（一）（单位：% ，次）

图表95：茶饮料行业不同经济类型企业的财务状况比较（二）（单位：%）

图表96：中国茶饮料行业不同经济类型企业销售收入比较（单位：亿元）

图表97：中国茶饮料行业销售收入按经济类型百分比（单位：%）

图表98：行业经济类型占比（按销售收入）（单位：%）

图表99：行业经济类型集中度变化趋势图（按销售收入）（单位：%）

图表100：六城市居民各类饮料购买比例（单位：% ，人）

图表101：六城市不同性别居民饮料购买比例（单位：% ，人）

图表102：六城市不同年龄居民茶饮料的购买比例（单位：% ，人）

图表103：六城市不同学历居民茶饮料的购买比例（单位：% ，人）

图表104：六城市不同收入居民茶饮料的购买比例（单位：% ，人）

图表105：消费者最常购买的主要地点

图表106：茶饮料广告花费对比（单位：百万）

图表107：广告花费TOP4茶饮料品牌对比对比（单位：百万）

图表108：不同电视媒介接触频率居民饮料消费情况（单位：% ，人）

图表109：不同广播媒介接触频率居民饮料消费情况（单位：% ，人）

图表110：不同报纸媒介接触频率居民饮料消费情况（单位：% ，人）

图表111：不同杂志媒介接触频率居民饮料消费情况（单位：% ，人）

图表112：不同网络媒介接触频率居民饮料消费情况（单位：% ，人）

图表113：中国茶饮料企业区域市场情况（单位：个，亿元）

图表114：茶饮料行业各区域企业数量情况（单位：%）

图表115：茶饮料行业各区域全部销售收入情况（单位：%）

图表116：茶饮料行业各区域资产总计情况（单位：%）

图表117：中国茶饮料行业二十个省市销售收入排名情况（单位：亿元）

图表118：中国茶饮料行业销售收入按省市累计百分比（单位：%）

图表119：中国茶饮料行业销售收入前五和前十的省市占比情况（单位：%）

图表120：中国茶饮料行业前五个省市销售收入占比及标准差情况（单位：%）

略……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/S57750OBAI.html>