

2010-2015年中国茶饮料市 场深度评估及投资发展分析报告

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

《2010-2015年中国茶饮料市场深度评估及投资发展分析报告》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.abaogao.com/b/yinliao/V81894ASDP.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

[b]2010-2015年中国[b]茶饮料[/b]市场深度评估及投资发展分析报告 内容介绍：[/b]

本研究咨询报告主要依据国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国茶叶流通协会、中国茶叶学会、中国经济景气监测中心、中国茶叶商情、国内外相关刊物的基础信息以及茶饮料行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于软饮料行业整体发展大势，对中国茶饮料行业发展分析[/b]

第一节 世界软饮料发展分析

四、2010年中国软饮料发展更加注重创新和品牌竞争

第五节 中国软饮料行业竞争分析[/b]

第一节 茶饮料行业竞争格局分析

一、中国茶饮料行业营销案例分析[/b]

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

五、康师傅推的茶饮料市场多品牌战略

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、娃哈哈的品牌营销分析

二、娃哈哈的茶饮料目标策略分析

三、娃哈哈媒体运作策略分析

四、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

[b]第七章 茶饮料行业企业分析[/b]

第一节 可口可乐

一、可口可乐公司简介

二、2008年可口可乐公司经营状况

三、2009年可口可乐公司经营状况

四、可口可乐茶饮料市场战略分析

第二节 百事可乐

一、百事公司简介

二、2008年百事公司经营状况

三、2009年百事公司经营状况

四、百事可乐进入茶饮料市场状况

第三节 深圳市深宝实业股份有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年企业经营情况分析

三、2008-2009年企业财务数据分析

四、2009-2010年企业最新发展动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

六、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、企业概况

二、2008-2009年企业经营情况分析

三、2008-2009年企业财务数据分析

四、2009-2010年企业最新发展动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

[b]第四部分 前景及投资策略[/b]

[b]第九章 2010-2015年茶饮料市场前景及投资策略[/b]

第一节 2010-2015年软饮料行业趋势前景分析

一、世界饮料行业发展优势及空间分析

三、未来软饮料业将步入重构时期

四、中国西部软饮料(西部软饮料市场分析)市场增长潜力巨大

第二节 2010-2015年茶饮料行业前景预测

一、中国茶饮料(茶饮料市场分析)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

第三节 2010-2015年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

四、茶饮市场成长潜力巨大

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：茶饮料生产许可证审查细则

部分图表目录

图表：中国软饮料(软饮料市场分析)市场品牌列表（部分）

图表：2007年1-12月我国软饮料制造业主要经济指标统计

图表：2008年1-12月我国软饮料制造业主要经济指标统计

图表：2009年1-12月我国软饮料制造业主要经济指标统计

图表：2010年1-3月我国软饮料制造业主要经济指标统计

图表：消费者对饮料细分市场的心理

图表：茶饮料市场结构图

图表：平均每周果汁饮料和茶饮料消费频次差异对比

图表：每瓶500mL茶饮料与果汁饮料的价格对比

图表：果汁饮料和茶饮料目标消费者差异比较

图表：2008年中国茶饮料销售额(茶饮料销售额市场分析)市场占有率

图表：2008-2009年深圳市深宝实业股份有限公司主营构成

图表：2008-2009年深圳市深宝实业股份有限公司流动资产表

图表：2008-2009年深圳市深宝实业股份有限公司长期投资表

图表：2008-2009年深圳市深宝实业股份有限公司固定资产表

图表：2008-2009年深圳市深宝实业股份有限公司无形及其他资产表

图表：2008-2009年深圳市深宝实业股份有限公司流动负债表

图表：2008-2009年深圳市深宝实业股份有限公司长期负债表

图表：2008-2009年深圳市深宝实业股份有限公司股东权益表

图表：2008-2009年深圳市深宝实业股份有限公司主营业务收入表

图表：2008-2009年深圳市深宝实业股份有限公司主营业务利润表

图表：2008-2009年深圳市深宝实业股份有限公司营业利润表

图表：2008-2009年深圳市深宝实业股份有限公司利润总额表

图表：2008-2009年深圳市深宝实业股份有限公司净利润表

图表：2008-2009年深圳市深宝实业股份有限公司每股指标表

图表：2008-2009年深圳市深宝实业股份有限公司获利能力表

图表：2008-2009年深圳市深宝实业股份有限公司经营能力表

图表：2008-2009年深圳市深宝实业股份有限公司偿债能力表

图表：2008-2009年深圳市深宝实业股份有限公司资本结构表

图表：2008-2009年深圳市深宝实业股份有限公司发展能力表

图表：2008-2009年深圳市深宝实业股份有限公司现金流量分析表

图表：2008-2009年广州药业股份有限公司主营构成

图表：2008-2009年广州药业股份有限公司流动资产表

图表：2008-2009年广州药业股份有限公司长期投资表

图表：2008-2009年广州药业股份有限公司固定资产表

图表：2008-2009年广州药业股份有限公司无形及其他资产表

图表：2008-2009年广州药业股份有限公司流动负债表

图表：2008-2009年广州药业股份有限公司长期负债表

图表：2008-2009年广州药业股份有限公司股东权益表

图表：2008-2009年广州药业股份有限公司主营业务收入表

图表：2008-2009年广州药业股份有限公司主营业务利润表

图表：2008-2009年广州药业股份有限公司营业利润表

图表：2008-2009年广州药业股份有限公司利润总额表

图表：2008-2009年广州药业股份有限公司净利润表

图表：2008-2009年广州药业股份有限公司每股指标表

图表：2008-2009年广州药业股份有限公司获利能力表
图表：2008-2009年广州药业股份有限公司经营能力表
图表：2008-2009年广州药业股份有限公司偿债能力表
图表：2008-2009年广州药业股份有限公司资本结构表
图表：2008-2009年广州药业股份有限公司发展能力表
图表：2008-2009年广州药业股份有限公司现金流量分析表
图表：2009-2010年茶饮料销售量销售额预测
图表：茶饮料产品质量检验项目表

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/V81894ASDP.html>