2009年中国茶饮料行业市场分析
及投资趋势展望报告

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

《2009年中国茶饮料行业市场分析及投资趋势展望报告》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/200901/10633.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

第一章 2008年中国茶饮料行业市场环境浅析
一、2008年中国经济发展环境分析
（一）2008年前三季度经济运行情况
（二）全球金融危机对中国产业格局影响
（三）中国应对金融危机的措施
二、2008年中国茶饮料政策环境分析
（一）《茶饮料》国家标准开始实施
（二）《饮料通则》
三、2008年中国茶饮料社会环境分析
（一）居民消费
（二）消费观念
（三）人们生活水平提高

第二章 2008年全球茶叶发展状况分析
一、2008年全球茶叶概况
（一）2008年全球茶叶市场发展新特点
（二）2008年全球茶叶市场现状
（三）2008年茶叶各主要消费国分析
（四）2008年全球茶叶消费态势分析
二、2008年全球茶叶包装加工分析
（一）国外茶叶加工现状
（二）国外茶叶包装多样化探讨
三、2008年全球茶叶主要种植国家分析
（一）印度
（二）斯里兰卡
（三）印尼
（四）肯尼亚
（五）土耳其

第三章 2008年中国茶饮料行业市场发展态势分析
一、茶饮料行业发展概述

（一）茶饮料行业发展综述
（二）茶饮料行业特征分析
（三）驱动行业发展的宏观因素解析
（四）中国茶饮料发展阶段浅析
二、2008年中国茶饮料市场结构及需求分析
（一）茶饮料消费者需求分析
（二）茶饮料的市场需求解析
（三）茶饮料产品结构分析
（四）茶饮料市场结构
（五）茶饮料市场容量分析
三、2008年中国茶饮料市场存在问题分析
（一）中国茶饮料产业存在问题分析
（二）茶饮料业企业混杂质量堪忧
（三）茶饮料产品香味剂勾兑茶成分
四、2008年中国茶叶市场进出口分析

第四章 2008年中国茶饮料市场销售模式及渠道解析
一、主要营销模式分析及比较
（一）直效营销模式
（二）分公司营销模式
（三）代理营销模式
（四）关联营销模式
二、2008年中国茶饮料市场销售品牌研究
（一）区域热卖品牌
（二）龙头企业动态
（三）新产品最新动态
三、中国茶饮料市场标杆企业销售模式分析

第五章 2008年开拓中国茶饮料产品市场销售主要策略探讨
一、2008年中国茶饮料产品目标市场选择策略及模式
（一）市场集中化
（二）产品专门化

（三）市场专门化

（四）有选择的专门化

（五）完全市场覆盖

二、2008年影响中国茶饮料目标市场策略因素分析

（一）企业的资源特点

（二）产品及市场特点

（三）竞争者策略选择

三、2008年中国茶饮料目标市场营销策略

（一）无差别性市场营销策略

（二）差别性市场营销策略

（三）集中性市场营销策略

第六章 2008年中国茶饮料市场消费情况调查分析

一、2008年中国茶饮料市场需求分析

（一）消费者饮用频率调查

（二）消费者购买频率调查

（三）消费者最常饮用品牌分析

（四）消费者理想品牌排名

（五）消费者购买商品的考虑因素

二、2008年中国茶饮料市场消费行为分析

（一）各收入阶层饮用频率调查

（二）各年龄层饮用频率调查

（三）各年龄阶层饮用种类习惯调查

（四）各收入阶层饮用种类习惯调查

（五）各年龄阶层最常饮用的场合

（六）各收入阶层最常饮用的场合

三、2008年中国重点消费地区调查分析

（一）北京茶饮料消费调查分析

（二）上海茶饮料消费调查分析

（三）广州茶饮料消费调查分析

第七章 2008年中国茶饮料行业市场竞争格局透析

一、2008年茶饮料行业竞争格局分析

（一）全球市场茶饮料市场品牌份额分析

（二）中国茶饮料行业龙头企业简述

（三）茶饮料企业销量比重及产品

二、2008年中国茶饮料市场竞争现状分析

（一）茶饮料市场品牌竞争及合作

（二）茶饮料竞争状况分析

（三）茶饮料市场竞争再升级

三、2008年中国区域市场竞争状况分析

（一）北京茶饮料品牌众多

（二）上海市茶饮料市场正酣战

（三）深圳市场的茶饮料大战

（四）厦门本土茶饮料竞争分析

五、2008年中国茶饮料市场竞争中的营销对策分析

（一）茶饮料品牌文化营销解析

（二）茶饮料品牌竞争中的差异化策略分析

（三）茶饮料三优先销售策略解析

（四）茶饮料产品诉求策略分析

第八章 中国茶饮料行业重点企业分析

一、厦门娃哈哈食品有限公司

（一）企业概况

（二）企业收入及盈利指标

（三）企业资产状况分析

（四）企业成本费用构成情况

（五）企业竞争力分析

二、康师傅（广州）饮品有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

（三）企业竞争力分析

三、重庆顶津食品有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析
（三）企业竞争力分析
四、广东星华保健饮料有限公司
（一）企业概况
（二）企业经营状况分析
（三）企业竞争力分析
五、深圳市深晖企业有限公司
（一）企业概况
（二）企业经营状况分析
（三）企业竞争力分析

第九章2008年中国主要茶叶产区发展态势分析
一、云南茶叶发展现状及特点
（一）产销现状
（二）云南应加大茶叶开发力度
（三）云南茶叶产业发展战略分析
二、福建茶叶市场发展现状
（一）产销现状
（二）福建茶叶存在四大问题
（三）提升竞争力建议
三、浙江省茶叶产业发展分析
（一）浙江茶叶产业概况
（二）浙江茶叶产销概况
（三）浙江茶叶五大工程
四、安徽茶叶行业现状及发展态势分析
五、湖南省茶叶行业现状及发展态势分析
六、北京茶叶市场概况及发展态势
七、上海茶叶市场概况及发展态势

第十章2008年中国茶饮料市场替代产品发展分析
一、碳酸饮料
（一）碳酸饮料行业发展分析

（二）碳酸饮料霸主地位受到冲击
（三）美国碳酸饮料市场缩小
（四）中国碳酸饮料的产业规划
二、果汁饮料
（一）果汁饮料的发展方向分析
（二）中国野生果汁发展展望
（三）高浓果汁市场发展分析
（四）高钙果C引领功能性果汁饮料的发展
（五）果汁饮料业发展方向及热点解析
三、乳品饮料
（一）2008乳品行业竞争现状分析
（二）中国乳饮料市场拐点显现
（三）中国乳品饮料市场发展前景预测
四、矿泉水、纯净水市场分析
（一）矿泉水和纯净水市场综合分析
（二）矿泉水与纯净水的竞争分析
（三）中国纯净水市场阶段分析
（四）中国矿泉水市场竞争分析

第十一章 2009-2012年中国茶饮料行业市场发展及投资前景
一、2009-2012年中国茶饮料市场供需情况分析
（一）中国茶饮料市场供给能力分析
（二）中国茶饮料市场需求能力分析
二、中国茶叶产业生态化发展对策和建议
（一）树立生态观念建设有机茶园
（二）运用现代技术优化产品结构
（三）调整企业布局实现规模经营
（四）发展“绿色市场”
（五）加快清洁生产的实施
（六）加快农业制度改革强化专业协会作用
三、提升我国茶叶产业国际竞争力的对策
（一）依靠科技进步、推行技术创新，提高我国茶叶的出口竞争力

（二）茶叶在不同时期的特征与策略
（三）建立健全茶叶质最安全体系，实施绿色品牌战略
（四）创新茶叶流通市场，实现茶叶流通体系的现代化
（五）扶持和培育茶叶龙头企业，加大茶叶出口基地建设
（六）加强茶叶产业区域布局建设和市场营销
（七）发挥政府作用，调整和加强茶叶产业的国内支持政策
四、2009-2012年中国茶饮料行业投资分析
（一）中国茶饮料行业投资环境分析
（二）中国茶饮料行业投资机会分析
（三）中国茶饮料行业投资风险分析

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况
图表：2008年前三季度中国三大产业结构
图表：2003-2008年中国工业增加值增长率
图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况
图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势
图表：2008年1-9月中国外贸增长情况
图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）
图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）
图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）
图表：近期公布的刺激经济的政策一览表
图表：提高出口退税率的商品清单
图表：略……
更多图表见报告正文

详细请访问：http://www.cction.com/report/200901/10633.html