

2021-2027年中国茶饮料行业 分析与发展前景预测报告

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

《2021-2027年中国茶饮料行业分析与发展前景预测报告》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/202012/198463.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

茶饮相信大家都很熟悉，最先在市场上出现的是冲粉奶茶，基本就是以果味粉为主的奶茶产品，在大街上随便摆一个小摊，用热水直接勾兑，就可以快速搞定一杯奶茶。而第二个阶段的则是瓶装奶茶，以统一奶茶为例，当时迅速火爆全球。而接下来的第三个阶段则是以皇茶、贡茶为代表的手摇茶，现调现摇的调制过程讲究表演性，使用机械设备多为专业定制，奶味香滑饱满，有茶香有奶味。而现阶段的新式茶饮则是以喜茶，奈雪的茶和一起茶为代表，在产品上取代粉末勾兑，采用现泡茶汤、新鲜牛奶，以及与各种水果相互碰撞的茶饮，更加注重现代人们的生活质量与健康。而且在空间设计上越来越惊艳，受到不少年轻人的喜欢。

将常规的饮料分为两大类：开盖即饮的现成品和冲调加工的现制品。现成品以瓶装为主，走便利店、超市等零售渠道，代表是可口可乐和汇源果汁；现制品又分为速溶冲调热饮如雀巢咖啡和香飘飘奶茶，和门店现做如咖啡馆和茶馆。

茶饮料消费由重量向重质转型：2017年我国茶饮料市场总销售额1246亿，总销售量144.23亿。2003到2010年行业零售额增长主要依赖销售量的增长拉动，消费者对茶饮料的接受度和消费量逐年提升，从2010年开始价格端增幅明显，其中2010年到2014年量价齐升拉动消费额增长，2014年开始销售量增长放缓甚至下降，市场的拉动主要依赖销售价格的提升。茶饮料的消费由重量向重质转型，茶饮料市场更加细分，消费者给茶饮料赋予更多功能性和个性化的要求，也更加青睐健康天然的产品。虽然行业增速放缓，但我国人均消费量相较于发达国家仍有一定的差距，根据欧睿的统计来看，2017年我国人均茶饮料销售量为10.4L，相较于2003年提升三倍还多，但相较于日本、中国香港和美国地区仍有一定的差距，行业仍有成长的空间，但需要更多符合核心消费人群的产品激活消费需求。

随着消费结构升级，以80后、90后、00后为代表的年轻一代表现出惊人的消费能力，是茶饮消费的主力群体，从年龄段来看，以16-25岁年龄人群为消费主力军，其占比超半壁江山，其中女性占约6成。茶饮消费者性别分布情况 中企顾问网发布的《2021-2027年中国茶饮料行业分析与发展前景预测报告》共十五章。首先介绍了中国茶饮料行业市场发展环境、茶饮料整体运行态势等，接着分析了中国茶饮料行业市场运行的现状，然后介绍了茶饮料市场竞争格局。随后，报告对茶饮料做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国茶饮料行业发展趋势与投资预测。您若想对茶饮料产业有个系统的了解或者想投资中国茶饮料行业，本报告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

第一节茶饮料的成分及分类

- 1、茶饮料的概念
- 2、茶饮料中主要成分
- 3、茶饮料的分类
- 4、其它几种茶饮料

第二节茶饮料品质影响因素及生产工艺流程

- 1、影响茶饮料品质的因素
- 2、茶饮料生产工艺要点
- 3、茶饮料的生产模式
- 4、各式茶饮料生产工艺流程

第三节茶饮料工艺技术及发展应用

- 1、茶汤萃取工艺概述
- 2、茶饮料的热澄清工艺
 - 1、关于茶饮料的澄清
 - 2、茶饮料传统澄清工艺的原理
 - 3、茶饮料澄清新工艺的原理
 - 4、新旧工艺的节能比较
- 3、罐装液态茶饮料加工技术
- 4、速溶茶粉在纯茶饮料中的应用
- 5、灌装茶工艺的对比分析

第二章2019年世界茶饮料所属行业市场现状分析

第一节2019年世界茶饮料行业发展概况

第二节2019年世界软饮料行业发展分析

- 1、世界低糖软饮料行业发展时机来临
- 2、美国软饮料产品面临更替
- 3、英国软饮料销量持续走高
- 4、日本软饮料市场回顾分析
- 5、意大利软饮料产业发展趋势分析

第三节2021-2027年世界茶饮料行业发展趋势分析

第三章2019年中国茶饮料行业发展环境分析

第一节2019年中国经济环境分析

- 一、经济发展现状分析
- 二、当前经济运行中的主要问题
- 三、未来经济运行分析与政策展望

第二节2019年中国茶饮料行业发展政策环境分析

第三节2019年中国茶饮料行业发展技术环境分析

- 1、生产设备工艺分析
- 2、产品包装技术分析

第四章2019年中国茶饮料所属行业发展形势分析

第一节2019年茶叶生产及市场情况分析

- 1、我国茶叶产区介绍
- 2、我国茶叶产量及生产结构变化趋势
- 3、我国茶叶价格状况

第二节2019年中国茶叶安全性消费特性分析

- 1、农药残留
- 2、有毒有害重金属残留
- 3、有害微生物
- 4、非茶异物及茶叶理化指标

第三节2019年我国茶饮料行业发展概述

- 1、茶饮料行业发展综述
- 2、茶饮料行业特征分析
- 3、茶饮料跃居为“第3大饮料”
- 4、中国茶饮料发展潜力巨大

第五章2019年中国茶饮料市场发展状况分析

第一节2019年我国茶饮料市场发展总体分析

- 1、2019年中国茶饮料市场综述
- 2、茶饮料成行业“领跑者”

- 3、茶饮料催生大市场
- 4、茶饮料的现代化发展浅析
- 5、茶饮料质量合格率上升

第二节2019年我国茶饮料市场结构及需求分析

- 1、茶饮料消费者需求分析
- 2、茶饮料的市场需求解析
- 3、茶饮料产品结构分析
- 4、茶饮料市场结构
- 5、茶饮料市场容量分析

第三节2019年中国茶饮料市场存在问题分析

- 1、中国茶饮料产业存在问题分析
- 2、茶饮料业企业混杂质量堪忧
- 3、茶饮料产品香味剂勾兑茶成分

第六章2019年中国茶饮料行业营销案例分析

第一节旭日升集团营销案例分析

- 1、旭日升发展阶段及败落原因分析
- 2、旭日升营销管理失误分析
- 3、旭日升归来背后的“三板斧”策略分析
- 4、旭日升品牌前景分析

第二节康师傅营销策略分析

- 1、康师傅饮料的渠道变革解析
- 2、康师傅通路精耕营销渠道透析
- 3、康师傅茶饮料营销状况概述
- 4、康师傅茶饮料的营销策略分析

第三节统一茶饮料市场营销分析

- 1、统一茶饮料的产品促销策略分析
- 2、统一茶饮料的竞争战略解析
- 3、统一茶市场营销战略透析
- 4、统一茶里王营销策略分析

第四节娃哈哈营销策略分析

- 1、娃哈哈的茶饮料国际营销战略分析

- 2、娃哈哈媒体运作策略分析
- 3、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

- 1、健力宝品牌发展历程解析
- 2、健力宝为衰落原因透析
- 3、健力宝的战略规划失误分析
- 4、健力宝的“电玩水浒”营销

第七章2019年中国凉茶市场发展动态分析

第一节2019年功能性饮料发展综合分析

- 1、功能饮料市场机遇及发展分析
- 2、功能饮料产品案例对比分析
- 3、红牛品牌运作分析
- 4、功能饮料应走专业化道路
- 5、功能饮料应走创新道路

第二节2019年中国凉茶市场状况综述

- 1、“凉茶”产品特性及发展概述
- 2、资本进入抢占凉茶业市场份额
- 3、凉茶产业发展现状分析
- 4、凉茶将改变中国饮料市场格局
- 5、中国凉茶产业征战世界级饮料

第三节2019年广东凉茶行业分析

- 1、广东凉茶走向全国市场
- 2、广东凉茶发展前景展望
- 3、广州凉茶市场风云莫测
- 4、凉茶销量火热

第四节2019年凉茶市场存在者及进入者分析

- 1、王老吉凉茶发展概述
- 2、黄振龙凉茶品牌经营分析
- 3、“宝庆堂”要做凉茶第2品牌
- 4、潘高寿果断进军凉茶市场
- 5、广州众多药企入局凉茶市场

6、“两乐”瞄准凉茶市场蠢蠢欲动

第五节2019年中国凉茶市场存在问题分析

- 1、广东凉茶市场良莠不齐
- 2、凉茶行业马太效应分析
- 3、凉茶市场风险分析
- 4、凉茶饮料业发展障碍及对策分析

第八章2019年中国茶饮料其他细分行业发展走势分析

第一节2019年红茶饮料市场分析

- 1、红茶饮料市场供给现状
- 2、红茶饮料市场需求现状
- 3、红茶饮料品牌竞争现状

第二节2019年乌龙茶饮料市场分析

- 1、乌龙茶饮料市场供给现状
- 2、乌龙茶饮料市场需求现状
- 3、乌龙茶饮料品牌竞争现状

第三节2019年绿茶饮料市场分析

第四节2019年花茶饮料市场分析

第五节2019年新兴茶饮料市场分析

第九章2019年中国茶饮料行业竞争格局分析

第一节2019年茶饮料行业竞争格局分析

- 1、全球市场茶饮料市场品牌份额分析
- 2、中国茶饮料行业龙头企业简述
- 3、茶饮料企业销量比重及产品

第二节2019年中国茶饮料市场竞争群体详解

- 1、市场先行者：旭日升
- 2、市场领导者：康师傅和统一
- 3、市场挑战者：可口可乐
- 4、其它市场追随者

第三节2019年中国茶饮料行业竞争现状分析

- 1、茶饮料市场品牌竞争及合作

- 2、茶饮料竞争状况分析
- 3、茶饮料市场竞争再升级
- 4、国内茶饮料市场前景分析

第四节2019年中国茶饮料市场竞争中的营销对策分析

- 1、茶饮料品牌文化营销解析
- 2、茶饮料品牌竞争中的差异化策略分析
- 3、茶饮料三优先销售策略解析
- 4、茶饮料产品诉求策略分析

第十章2019年中国重点省市茶饮料行业竞争态势分析

第一节北京

- 1、北京茶饮料品牌众多
- 2、竞争力分析
- 3、发展前景展望

第二节上海

- 1、上海市茶饮料市场正酣战
- 2、竞争力分析
- 3、发展前景展望

第三节深圳

- 1、深圳市场的茶饮料大战
- 2、竞争力分析
- 3、发展前景展望

第四节厦门

- 1、厦门本土茶饮料竞争分析
- 2、竞争力分析
- 3、发展前景展望

第十一章中国茶饮料行业典型企业竞争力与关键性数据分析

第一节可口可乐

- 1、可口可乐公司概况
- 2、可口可乐推出“冰极”茶饮料
- 3、可口可乐再出细产品

4、2019年可口可乐利润状况分析

第二节百事可乐

1、百事公司简介

2、百事与联合利华共谋茶饮料

3、百事可乐再次涉足茶饮料

4、2019年百事可乐有限公司盈利状况分析

第三节深圳市深宝实业股份有限公司

1、公司概况分析

2、2019年公司经营与关键性数据分析

3、2019年公司竞争优势分析

4、深深宝争做茶饮料原料第.1品牌

第四节广州药业股份有限公司

1、公司概况分析

2、2019年公司经营与关键性数据分析

3、2019年公司竞争优势分析

4、广州药业借“王老吉”拉动业绩暴增

第十二章2019年中国茶饮料市场相关产品发展局势解析

第一节碳酸饮料

1、碳酸饮料行业发展分析2013-2018年中国碳酸饮料市场产量走势

2、碳酸饮料霸主地位受到冲击

3、美国碳酸饮料市场缩小

4、中国碳酸饮料的产业规划

第二节果汁饮料

1、果汁饮料的发展方向分析

2、中国野生果汁发展展望

3、高浓果汁市场发展分析

4、高钙果c引领功能性果汁饮料的发展

5、果汁饮料业发展方向及热点解析

第三节乳品饮料

1、2019年乳品行业竞争现状分析

2、中国乳饮料市场拐点显现

3、中国乳品饮料市场发展前景预测

第四节矿泉水、纯净水市场分析

- 1、矿泉水和纯净水市场综合分析
- 2、矿泉水与纯净水的竞争分析
- 3、中国纯净水市场阶段分析
- 4、中国矿泉水市场竞争分析

第十三章2019年中国软饮料行业市场运营情况简析

第一节2019年中国软饮料市场发展分析

- 1、2019年软饮料行业发展特点解析
- 2、中国软饮料行业及市场需求分析
- 3、中国软饮料行业成本和价格状况分析
- 4、中国本土软饮料业品牌变化解析

第二节2016-2019年中国饮料行业工业统计数据分析

- 1、中国饮料制造全部企业数据分析
- 2、中国饮料制造全部企业数据分析
- 3、中国饮料制造全部企业数据分析

第三节2019年中国软饮料市场竞争分析

- 1、瓶装水市场品牌对比分析
- 2、果汁市场品牌营销对比分析
- 3、碳酸饮料业的巨头之争
- 4、咖啡饮料业异军突起
- 5、乳饮料市场产品竞争分析
- 6、功能饮料的非典型之争
- 7、凉茶业各品牌蓄势待发

第十四章2021-2027年中国茶饮料行业市场前景分析

第一节2021-2027年中国软饮料行业趋势前景分析

- 1、世界饮料行业发展趋势分析
- 2、中国软饮料行业发展优势及空间分析
- 3、中国2019年软饮料产业发展趋势解析
- 4、中国软饮料业面临良好机遇

第二节2021-2027年中国茶饮料市场发展趋势浅析

- 1、茶饮料市场前景巨大
- 2、无糖茶饮料市场前景分析
- 3、纯茶饮料发展趋势预测
- 4、中草药保健茶发展前景广阔

第三节2021-2027年中国茶饮料行业市场盈利分析

第十五章2021-2027年中国茶饮料行业投资机会与风险预警分（）

第一节2021-2027年中国茶饮料行业投资环境分析

第二节2021-2027年中国茶饮料行业投资茶机会分析

- 1、茶饮料的市场机会分析
- 2、茶饮料厂商面临大好机遇
- 3、茶饮料新品催生创业机会（）
- 4、茶饮料行业前景预测

第三节2021-2027年中国茶饮料行业投资风险预警分析

第四节建议

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/198463.html>