

2021-2027年中国茶饮料行业 发展趋势与投资可行性报告

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年中国茶饮料行业发展趋势与投资可行性报告》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/202012/198462.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。茶饮消费者年龄分布情况 中企顾问网发布的《2021-2027年中国茶饮料行业发展趋势与投资可行性报告》共九章。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1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2章：茶饮料所属行业发展状况分析

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 茶饮料所属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3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4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5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6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茶饮消费者性别分布情况

(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7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8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 三得利(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

第9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

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：%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/198462.html>