

2021-2026年中国茶饮行业市场供需格局及投资规划建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国茶饮行业市场供需格局及投资规划建议报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/computer/741689.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

随着饮茶文化热度的上升，以及消费者对新式茶饮的偏好，2015-2019年我国茶饮行业市场规模逐年上升，但2020年由于疫情经历了同比2.56%的下降，茶饮市场近六年复合增长率5.99%。随着疫情得到有效控制，预计2021年市场规模能增至4649亿元，未来五年复合增长率将达到10.46%。

2015-2025年中国茶饮行业市场规模及增速

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

一、茶饮料的概念

二、茶饮料的主要成分

三、茶饮料的分类

四、企业茶饮料

第二节 茶饮料品质影响因素及生产工艺流程

一、影响茶饮料品质的因素

二、茶饮料生产工艺要点

三、茶饮料的生产模式

四、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

一、茶汤萃取工艺概述

二、茶饮料的热澄清工艺

三、罐装液态茶饮料加工技术

四、速溶茶粉在纯茶饮料中的应用

五、灌装茶工艺的对比分析

第二章 2016-2020年中国软饮料行业分析

第一节 2016-2020年世界软饮料行业发展情况分析

一、全球软饮料市场缓慢复苏

二、国际软饮料包装材料的发展变化

三、全球功能饮料销售状况分析

四、全球软饮料市场发展趋势预测分析

受疫情影响2020年全球茶饮市场总量略有下滑，市场规模为1993.8亿美元，但预计未来将恢复健康增长，2025年增至3185.6亿美元，未来五年复合增长率预计达6.51%。

2015-2025年全球茶饮市场规模及增速

第二节 2016-2020年中国软饮料行业发展分析

- 一、中国软饮料行业的发展特征
- 二、2020年中国软饮料生产状况分析
- 三、2020年中国软饮料消费者调查分析
- 四、2020年中国软饮料市场发展分析
- 五、2020年中国软饮料市场发展动态

第三节 2016-2020年中国软饮料市场竞争分析

- 一、软饮料行业的竞争力评析
- 二、中国软饮料市场竞争程度剖析
- 三、特殊用途饮料成软饮料市场竞争的蓝海
- 四、中国软饮料市场竞争特点分析
- 五、中国软饮料市场竞争变化情况

第四节 中国软饮料市场营销分析

- 一、软饮料行业网络广告投放状况分析
- 二、软饮料业大平台大营销策略的实践分析
- 三、饮料企业品牌营销运作存在的问题及对策
- 四、软饮料市场的差异化营销策略分析

第三章 2016-2020年中国茶饮料行业分析

第一节 2016-2020年中国茶饮料行业发展概述

- 一、中国茶饮料发展变化回顾
- 二、中国茶饮料行业发展现状调研
- 三、茶饮料行业特征分析
- 四、驱动茶饮料行业发展的宏观因素解析

第二节 茶饮料市场发展总体分析

- 一、中国茶饮料市场发展综述
- 二、中国茶饮料市场发展的特点
- 三、茶饮料市场消费者需求特征透析
- 四、中国茶饮料市场产品结构分析

第三节 2016-2020年茶饮料市场发展分析

- 一、2020年中国茶饮料进入成熟期

二、2020年中国茶饮料市场发展情况分析

三、2020年中国茶饮料市场发展动态

四、2020年中国茶饮料市场发展分析

五、2020年中国茶饮料市场发展动态

第四节 茶饮料市场存在问题及对策分析

一、中国茶饮料产业存在的问题分析

二、技术质量问题制约茶饮料发展

三、中国茶饮料市场发展的建议

第四章 中国茶饮料及其他软饮料制造所属行业财务情况分析

第一节 中国茶饮料及其他软饮料制造所属行业经济规模

一、2016-2020年茶饮料及其他软饮料制造业销售规模

二、2016-2020年茶饮料及其他软饮料制造业利润规模

三、2016-2020年茶饮料及其他软饮料制造业资产规模

第二节 中国茶饮料及其他软饮料制造所属行业盈利能力指标分析

一、2016-2020年茶饮料及其他软饮料制造业亏损面

二、2016-2020年茶饮料及其他软饮料制造业销售毛利率

三、2016-2020年茶饮料及其他软饮料制造业成本费用利润率

四、2016-2020年茶饮料及其他软饮料制造业销售利润率

第三节 中国茶饮料及其他软饮料制造所属行业营运能力指标分析

一、2016-2020年茶饮料及其他软饮料制造业应收账款周转率

二、2016-2020年茶饮料及其他软饮料制造业流动资产周转率

三、2016-2020年茶饮料及其他软饮料制造业总资产周转率

第四节 中国茶饮料及其他软饮料制造所属行业偿债能力指标分析

一、2016-2020年茶饮料及其他软饮料制造业资产负债率

二、2016-2020年茶饮料及其他软饮料制造业利息保障倍数

第五节 中国茶饮料及其他软饮料制造所属行业财务状况综合评价

一、茶饮料及其他软饮料制造业财务状况综合评价

二、影响茶饮料及其他软饮料制造业财务状况的经济因素分析

第五章 2016-2020年中国凉茶市场分析

第一节 2016-2020年凉茶市场状况综述

一、中国凉茶市场发展概述

二、中国凉茶产业规模持续扩大

三、中国凉茶产业发展动态

四、凉茶市场发展特点分析

五、凉茶市场发展机会探析

第二节 广东凉茶市场分析

- 一、广东凉茶市场发展现状调研
- 二、广东凉茶市场良莠不齐
- 三、广东凉茶市场发展状况分析

第三节 2016-2020年凉茶市场竞争分析

- 一、凉茶市场竞争历程分析
- 二、霸王引发凉茶市场新一轮混战
- 三、中国凉茶市场竞争升级
- 四、凉茶品牌竞争状况分析
- 五、两大凉茶新品的竞争手段解析

第四节 凉茶市场存在的问题及策略分析

- 一、凉茶市场同质化现象严重
- 二、凉茶业qs认证面临的问题
- 三、国内多数凉茶企业经营状况欠佳
- 四、凉茶饮料业发展障碍及对策分析
- 五、中国凉茶市场根据地战略分析

第六章 2016-2020年中国茶饮料行业竞争分析

第一节 2016-2020年茶饮料行业竞争格局分析

- 一、中国茶饮料行业龙头企业简述
- 二、茶饮料行业的竞争特点分析
- 三、中国茶饮料市场竞争简况
- 四、茶饮料竞争焦点转向新包装与新品种
- 五、瓶装奶茶竞争升级

第二节 茶饮料市场竞争群体详解

- 一、市场先行者：旭日升
- 二、市场领导者：康师傅和统一
- 三、市场挑战者：可口可乐
- 四、其它市场追随者

第三节 茶饮料行业的swot剖析

- 一、优势分析
- 二、劣势分析
- 三、机遇分析
- 四、挑战分析

第四节 茶饮料行业竞争力提升策略分析

- 一、增长型战略（so）

二、多种经营战略 (st)

三、扭转型战略 (wo)

四、防御性战略 (wt)

第五节 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、茶饮料市场营销竞争策略

三、茶饮料广告策略分析

四、茶饮料产品策略分析

五、茶饮料三优先销售策略解析

第七章 2016-2020年国内外茶饮料行业重点上市公司

第一节 可口可乐

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 百事可乐

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 康师傅控股有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 统一企业中国控股有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 深圳市深宝实业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节 广州白云山医药集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第八章 2016-2020年中国茶饮料行业营销分析

第一节 旭日升集团营销案例分析

- 一、旭日升发展阶段及衰败原因剖析
- 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、2020年旭日升品牌回归策略

第二节 康师傅营销策略分析

- 一、康师傅茶饮料市场多品牌战略
- 二、康师傅茶饮料的营销策略组合
- 三、康师傅茶饮料营销对茶饮企业的启迪
- 四、康师傅饮料的“再来一瓶”营销策略解析
- 五、康师傅茶饮料的“美丽营销”战术分析

第三节 统一茶饮料市场营销分

- 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、统一茶饮料市场营销战略透析
- 四、“统一冰醇茉莉”推广案例分析

第四节 娃哈哈营销策略分析

- 一、娃哈哈的品牌营销分析
- 二、娃哈哈茶饮料的推广方法解析
- 三、娃哈哈“两会网络营销”植入解析
- 四、娃哈哈的渠道模式分析

第五节 王老吉

- 一、王老吉营销策略综述
- 二、王老吉网络营销推广方案简述
- 三、以csr战略角度透视王老吉的亚运营销
- 四、王老吉与加多宝的品牌营销策略对比分析

第九章 2016-2020年中国茶饮料市场替代产品发展分析

第一节 碳酸饮料

- 一、中国碳酸饮料产值占比变化分析
- 二、中国碳酸饮料销量状况统计
- 三、中国碳酸饮料产量状况分析
- 四、中国碳酸饮料市场发展情况分析
- 五、碳酸饮料市场中外品牌的营销对垒
- 六、本土碳酸饮料企业发展路径选择

第二节 果汁饮料

- 一、中国果汁饮料行业发展综述
- 二、中国果汁饮料市场的特点分析
- 三、果汁饮料企业主打创新牌
- 四、果汁饮料品牌受欢迎程度比较
- 五、促进中国果汁饮料工业快速发展的建议
- 六、果汁饮料行业未来发展热点

第三节 乳品饮料

- 一、中国含乳饮料行业发展综述
- 二、2016-2020年中国乳饮料市场分析
- 三、中国功能化乳饮料细分分析
- 四、果粒酸乳饮料成市场热点
- 五、主要含乳饮料产品及其营销概况
- 六、含乳饮料的市场定位与品牌塑造策略
- 七、未来中国乳饮料发展趋势探析

第四节 包装饮用水

- 一、包装饮用水市场综合分析
- 二、中国饮用水行业步入成熟阶段
- 三、中国饮用水市场最新动态分析
- 四、中国瓶装饮用水产量统计
- 五、中国瓶装水品牌竞争格局剖析
- 六、体育营销成为饮用水行业竞争焦点

第十章 2021-2026年中国茶饮料市场投资及前景预测

第一节 2021-2026年中国软饮料行业发展前景预测

- 一、软饮料行业发展优势及空间分析（AK LXLL）
- 二、未来软饮料业将步入重构时期
- 三、中国软饮料市场竞争趋势预测

第二节 2021-2026年中国茶饮料行业投资机会分析

- 一、茶饮料厂商面临大好机遇
- 二、茶饮料新品催生创业机会
- 三、茶饮料产品的投资开发方向

第三节 2021-2026年中国茶饮料行业前景预测分析

- 一、中国茶饮料市场未来前景展望
- 二、无糖茶饮料市场前景预测
- 三、纯茶饮料发展趋势预测分析
- 四、中草药保健茶发展前景广阔

第四节 2021-2026年中国茶饮料及其他软饮料制造业预测分析

一、2021-2026年中国茶饮料及其他软饮料制造业收入预测分析

二、2021-2026年中国茶饮料及其他软饮料制造业利润预测分析

三、2021-2026年中国茶饮料及其他软饮料制造业产值预测分析

图表目录：

图表1：茶饮料类生产工艺流程图

图表2：2020年中国软饮料生产状况分析

图表3：2020年消费者对各品牌软饮料满意度调查

图表4：2019年与2020年软饮料产量对比

图表5：2020年软饮料行业网络广告投放综述

图表6：2016-2020年茶饮料及其他软饮料制造业销售规模

图表7：2016-2020年茶饮料及其他软饮料制造业利润规模

图表8：2016-2020年茶饮料及其他软饮料制造业资产规模

图表9：2016-2020年茶饮料及其他软饮料制造业亏损面

图表10：2016-2020年茶饮料及其他软饮料制造业销售毛利率

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/computer/741689.html>