



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国茶饮料行业市场分析 及发展前景预测报告

一、调研说明

《2009年中国茶饮料行业市场分析及发展前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/10422.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

第一章 2009年中国茶饮料行业市场环境浅析

一、2009年中国经济发展环境分析

- (一) 2009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、2009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、2009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 2009年全球茶叶发展状况分析

一、2009年全球茶叶概况

- (一) 2009年全球茶叶市场发展新特点
- (二) 2009年全球茶叶市场现状
- (三) 2009年茶叶各主要消费国分析
- (四) 2009年全球茶叶消费态势分析

二、2009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、2009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 2009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、2009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、2009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、2009年中国茶叶市场进出口分析

第四章 2009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、2009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 2009年开拓中国茶饮料产品市场销售主要策略探讨

- 一、2009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、2009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、2009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 2009年中国茶饮料市场消费情况调查分析

一、2009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、2009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、2009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 2009年中国茶饮料行业市场竞争格局透析

- 一、2009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、2009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、2009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、2009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 2009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 2009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) 2009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) 建立健全茶叶质量安全体系，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：2006-2009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：2003-2009年中国工业增加值增长率

图表：2005-2009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-2009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：<https://www.icandata.com/view/10422.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。