



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年保健茶市场全景调研与投资战略研究咨询报告

## 一、调研说明

《2012-2016年保健茶市场全景调研与投资战略研究咨询报告》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/211864.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

中国是茶叶的故乡，但现在还不是“饮茶大国”，还有很多国人不经常饮茶。尽管在过去的20年时间里，我国人均茶叶消费量增加了近3倍，但现在，我国人均年茶叶消费量仅为0.4千克，还不到世界人均0.5千克的消费水平。这也说明，我国的茶叶消费市场蕴涵着无限商机。这也是为什么我们把茶产业称为21世纪最有发展前途产业的原因之一。我国目前有净饮茶人口2.6亿，他们的年人均消费量为1.54千克，如果每人每天沏茶增至3杯，那么年人均消费量将达到3.28千克。国内饮茶人口每增加1%，消费量即可增加4万吨；如果饮茶人口达到50%的话，茶叶消费量将达到200万吨。保健茶是以茶为主，配有适量中药，既有茶味，又有轻微药味，并有保健治疗作用的饮料。保健茶首先在西方流行。中国保健茶是以绿茶、红茶或乌龙茶为主要原料，配以确有疗效的单味或复方中药制成；也有用中药煎汁喷在茶叶上干燥而成；或者药液茶液浓缩喷专利权干燥而成。外形颗粒状，易于沸水速溶。2009年保健茶年销售额突破百亿，2010年保健茶年销售额为已过五百亿元，2012年将突破1200亿元。近代，随着人们健康意识增强，在茶饮料市场迅速扩大之后，以传统中草药为主要成分的保健茶已成为饮品市场的新亮点。

未来5年，全球健康饮料将以高于普通饮料增长速度（2%-3%）1倍以上的速度增长。其前景越来越好。专家介绍，在我国各种医书中，记录有1100多种有治疗作用的“茶”类饮品，而近20年中新发展的、有案可查的各类药茶、中草药保健茶就有350种之多。在目前茶市场当中，在茶文化热、有机茶热、保健茶热、名优茶兴起等多种因素下，茶叶的传统区域性消费习惯正在走向分解，取而代之的是更为现代的、多元化的茶叶消费趋势。在人民的生活水平不断提升，生活品味不断提升，对茶文化的品尝也是情有独钟。目前，我国市场上销售的保健茶有银杏茶、灵芝茶、全松茶、火麻茶、枸杞茶、杜仲茶、和胃降酸茶、德裕熙三七茶、菊茶、枇杷竹叶茶、山楂茶等十多个品种。这些保健茶的功能迎合了人们保健意识越来越强的消费需求，尤其受到中老年人的喜爱。特别值得注意的是，近年推出的蒲公英特种饮料，就具有清热解毒、消炎、健胃、利尿、散结等功能，可治疗妇女乳痛水仲、咽炎、急性扁桃腺炎和其他热毒诸症，对感冒、黄疸、淋病及肝功能失调引起的皮肤病有很好疗效，还对金黄色葡萄球菌、溶血性链球菌有很强杀伤作用的菊科多年生草本植物（广义上的中草药）的蒲公英，与绿茶配伍而成的，在市场上十分走俏。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家海关总署、质检总局、工商总局、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国食品药品监督管理局、中国保健协会、中国茶叶行业协会、中国上市公司资讯、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，首先介绍保健茶的定义、分类等，然

后分析保健茶行业的发展现状，接着分析保健茶的发展情况。随后阐述保健茶行业的竞争格局和分析重点企业经营状况，最后分析保健茶行业的发展前景与趋势，同时研究部对保健茶行业进行全面的投资分析。本报告是保健茶行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

## 第一部分 行业运行现状分析

### 第一章 保健茶行业相关概述 1

#### 第一节 保健茶行业定义 1

#### 第二节 保健茶特点及成分 6

#### 第三节 保健茶功效 7

### 第二章 中国保健茶行业运行环境分析 10

#### 第一节 2011-2012年中国经济环境分析 10

##### 一、国民经济运行情况 10

##### 二、消费价格指数CPI、PPI 13

##### 三、全国居民收入情况 19

##### 四、恩格尔系数 24

##### 五、工业发展形势 26

##### 六、固定资产投资情况 31

##### 七、中国汇率调整 41

##### 八、对外贸易&进出口 45

#### 第二节 2011-2012年中国保健茶行业政策环境分析 46

##### 一、保健茶行业标准 46

##### 二、保健茶行业相关政策 50

##### 三、保健茶政策 64

#### 第三节 2011-2012年中国保健茶行业社会环境分析 65

##### 一、人口环境分析 65

##### 二、教育环境分析 66

##### 三、文化环境分析 67

##### 四、生态环境分析 68

##### 五、中国城镇化率 69

##### 六、居民的各种消费观念和习惯 72

### 第三章 中国保健茶消费市场分析 77

#### 第一节 2011-2012年保健茶消费者特征分析 77

##### 一、人口结构分析 77

##### 二、年龄结构分析 78

##### 三、学历结构分析 80

##### 四、职业结构分析 81

##### 五、收入结构分析 85

#### 第二节 2011-2012年保健茶消费者对保健茶选择的调查 86

##### 一、消费者对保健茶种类的选择率调查 86

##### 二、消费者对保健茶品牌选择的调查 88

##### 三、消费者对保健茶消费满意度调查 96

#### 第三节 2011-2012年保健茶行业影响消费者选购因素分析 98

##### 一、价格因素 98

##### 二、质量因素 98

##### 三、品牌的影响 101

##### 四、广告的影响程度 102

### 第四章 中国保健茶行业市场营销战略分析 103

#### 第一节 保健茶企业营销分析 103

##### 一、保健茶市场营销现状 103

##### 二、保健茶品牌成功因素分析 104

##### 三、保健茶企业营销战略研究 106

#### 第二节 保健茶营销渠道分析 107

##### 一、保健茶销售渠道构成 107

##### 二、保健茶营销渠道策略分析 108

#### 第三节 保健茶行业营销策略分析 110

#### 第四节 保健茶企业成功营销策略分析 114

##### 一、连锁品牌营销策略分析 114

##### 二、广告营销策略分析 117

##### 三、体育（健康）营销策略分析 118

##### 四、电子商务营销策略分析 122

##### 五、主题营销策略分析 125

## 六、整体营销策略分析 126

## 第五章 2011-2012年中国保健茶市场运行走势分析 130

### 第一节 2011-2012年中国保健茶市场运行特点分析 130

一、保健茶产品的多样性 130

二、保健茶价格的模糊性 130

三、市场通路的波动性 130

四、保健茶品牌的可塑性 131

五、包装茶的盈利性 131

### 第二节 2011-2012年中国保健茶市场热点资讯 134

一、碧生源保健茶将采用IMA最新技术 134

二、福建御道茶业进军东南亚 135

三、黑毛茶类高档保健茶项目 136

四、500吨中草药中间体提取物和100吨保健茶项目 137

### 第三节 2011-2012年中国保健茶市场运行状况透析 139

一、中药保健茶销量好 139

二、保健茶市场供需分析 140

三、各功效保健茶市场关注情况分析 141

四、保健茶市场消费群分析 142

### 第四节 2011-2012年中国保健茶热点品种销售情况分析 143

一、罗布麻茶 143

二、银杏茶 150

三、灵芝茶 151

四、冬凌草速溶茶 153

五、冬虫夏草速溶茶 154

### 第五节 2011-2012年中国保健茶价格分析 154

一、不同级别保健茶价格对比分析 154

二、不同地区保健茶市场价格对比分析 157

三、影响保健茶市场价格的因素分析 159

## 第六章 2011-2012年中国保健茶细分市场运行状况探析 161

### 第一节 综合茶（润肠舒胃、排毒养颜、消炎） 161

- 一、主要成份构成 161
- 二、特性及功效 161
- 三、市场动态分析 162
- 第二节 减肥茶 162
- 一、减肥茶整体现状分析 162
- 二、减肥茶市场存在的主要问题 163
- 三、减肥茶市场潜力分析 169
- 第三节 解酒茶 171
- 第四节 明目健脑防辐射茶 171
- 第五节 润肠茶 171
- 第六节 降三高茶 172
- 第七节 助眠安神茶 172
- 第八节 美肤茶 173
- 第九节 排毒养颜茶 177
- 第十节 其它 178
- 一、清除尼古丁去焦油茶 178
- 二、补肾壮阳茶 178

## 第二部分 行业全景调研

### 第七章 中国保健茶行业数据监测 179

#### 第一节 2011-2012年保健茶行业总体规模分析 179

- 一、2011-2012年保健茶企业数量结构分析 179
- 二、2011-2012年保健茶行业生产规模分析 181

#### 第二节 2011-2012年保健茶行业产销分析 183

- 一、2011-2012年保健茶行业产成品情况总体分析 183
- 二、2011-2012年保健茶行业产品销售收入总体分析 185

#### 第三节 2011-2012年保健茶行业盈利能力分析 186

- 一、保健茶行业销售利润率 186
- 二、保健茶行业成本费用利用率 186
- 三、保健茶行业亏损面 187

#### 第四节 2011-2012年保健茶行业偿债能力分析 188

- 一、保健茶行业资产负债比率 188

## 二、保健茶行业利息保障倍数 188

## 第五节 2011-2012年保健茶行业营运能力分析 188

### 一、保健茶行业应收帐款周转率 188

### 二、保健茶行业总资产周转率 189

## 第六节 2011-2012年保健茶行业发展能力分析 190

### 一、保健茶行业总资产增长率 190

### 二、保健茶行业利润总额增长率 191

### 三、保健茶行业主营业务收入增长率 191

### 四、资本保值增长率 192

## 第七节 2011-2012年保健茶市场发展分析 192

### 一、2011年保健茶市场运行分析 192

### 二、2011年保健茶市场发展分析 193

### 三、2012年保健茶市场走势分析 193

## 第八章 2011-2012年世界保健茶行业整体运营状况分析 194

### 第一节 2011-2012年世界保健茶运行环境浅析 194

### 第二节 2011-2012年世界保健茶行业市场发展格局 195

#### 一、保健茶市场特征分析 195

#### 二、国外流行的保健茶解析 197

#### 三、世界保健茶市场动态分析 198

#### 四、日本复合保健茶开发技术 200

### 第三节 2011-2012年世界保健茶品牌主要国家分析 202

#### 一、美国保健茶产业投资运行分析 202

#### 二、风靡日本的保健茶产业探析 203

## 第九章 中国保健茶行业发展现状分析 206

### 第一节 2011-2012年保健茶行业发展现状 206

#### 一、保健茶行业发展概况 206

#### 二、保健茶行业生产状况分析 206

### 第二节 2011-2012年保健茶企业发展分析 207

#### 一、保健茶企业发展动态分析 207

#### 二、保健茶企业发展存在的问题 208

### 三、保健茶企业战略发展分析 210

- 1、政策的支持 210
- 2、企业的多元化 210
- 3、新的资本注入 211
- 4、产业的变化 211
- 5、市场的发展 211
- 6、茶文化的宣传 212

### 第三节 2011-2012年保健茶行业经济运行分析 213

- 一、2011-2012年保健茶行业产值分析 213
- 二、2011-2012年保健茶行业效益分析 214
- 三、2011-2012年保健茶行业进口分析 216
- 四、2011-2012年保健茶行业出口分析 217

### 第四节 2011-2012年保健茶市场发展分析 218

- 一、2011年保健茶市场分析 218
- 二、2011年保健茶市场变化分析 223
- 三、2012-2016年保健茶市场走势分析 224

### 第五节 保健茶行业面临的挑战及发展建议 225

- 一、保健茶行业发展面临的难题 225
- 二、：保健茶行业发展建议 227

## 第十章 中国保健茶药品行业发展分析 230

### 第一节 2011-2012年保健茶行业发展现状 230

- 一、保健茶行业的发展史 230
- 二、保健茶市场变化分析 235
- 三、保健茶质量情况分析 236
- 四、保健茶市场现状分析 238

### 第二节 2011-2012年保健茶市场供需分析 239

- 一、保健茶产值分析 239
- 二、保健茶需求分析 239
- 三、影响保健茶市场需求的因素 241
- 1、消费者的区域性差异 242
- 2、不同城市的保健品购买率 242

- 3、购买目的与对保健品的看法 242
- 4、关于保健品购买的相关性 243
- 第三节 保健茶行业生产分析 243
  - 一、产品及原材料进口、自有比例 243
    - 1、茶叶出口分析 243
    - 2、茶叶进口分析 244
  - 二、国内产品及原材料生产基地分布 245
  - 三、产品及原材料产业集群发展分析 252
  - 四、2010-2012年产品及原材料产能情况分析 257

## 第十一章 中国保健茶行业发展分析 259

### 第一节 2011-2012年保健茶市场发展分析 259

- 一、我国保健茶市场发展分析 259
- 二、中国保健茶的发展方向分析 261
- 三、中草药保健茶发展潜力分析 262

### 第二节 2011-2012年保健茶出口状况分析 262

- 一、保健茶出口数量及金额分析 262
- 二、保健茶主要出口市场分析 263

### 第三节 2011-2012年保健茶行业存在的问题及对策 265

- 一、保健茶产品问题分析 265
- 二、保健茶行业存在的问题 266

- 1、茶叶单产低 266
- 2、劳动效率低 266
- 3、组织化程度低 267
- 4、茶叶的标准化程度低 267
- 5、缺乏龙头企业 267

#### 三、：针对保健茶的解难 268

- 1、把握市场热点转换 268
- 2、发展名优茶，兼顾大宗茶 268
- 3、打造茶叶品牌 269
- 4、发展茶产品深加工 270
- 5、关注茶文化产业发展 270

- 四、保健茶行业品牌策略分析 271
- 五、提高保健茶市场竞争力策略分析 272
  - 1、政策的支持 272
  - 2、企业的多元化 272
  - 3、新的资本注入 273
  - 4、产业的变化 273
  - 5、市场的发展 274
  - 6、茶文化的宣传 274

### 第三部分 行业竞争格局分析

#### 第十二章 中国保健茶行业竞争格局分析 276

##### 第一节 2011-2012年保健茶行业竞争结构分析 276

- 一、保健茶种类品牌竞争 276
- 二、保健茶技术创新竞争 278
- 三、保健茶销售渠道竞争 279

##### 第二节 2011-2012年保健茶区域市场格局分析 279

#### 第十三章 中国保健茶市场竞争分析 280

##### 第一节 2011-2012年保健茶行业集中度分析 280

- 一、保健茶市场集中度分析 280
- 二、保健品区域集中度分析 280
- 三、保健品企业集中度分析 281

##### 第二节 2011-2012年保健茶市场竞争分析 281

- 一、保健茶市场竞争现状分析 281
- 二、保健茶企业竞争动态分析 282
- 三、保健茶行业竞争策略研究 282

#### 第十四章 我国主要保健茶行业重点企业分析 285

##### 第一节 北京新天龙保健茶英山有限公司 285

- 一、企业基本情况 285
- 二、主营业务 286
- 三、企业发展趋势分析 286

## 第二节 北京绿山九保健茶有限公司 286

### 一、企业基本情况 286

### 二、主营业务 286

### 三、企业竞争优势分析 286

## 第三节 北京市天龙保健茶有限公司 287

### 一、企业基本情况 287

### 二、企业经营战略 288

### 三、企业创新能力 288

## 第四节 安徽天方茶业（集团）有限公司 288

### 一、企业基本情况 288

### 二、发展规模分析 289

### 三、企业竞争力分析 289

## 第五节 山东省济正保健品有限公司 290

### 一、企业基本情况 290

### 二、企业发展经营情况 290

### 三、企业竞争优势分析 290

### 四、企业发展战略 290

## 第六节 中国茶叶股份有限公司 291

### 一、企业基本情况 291

### 二、经营模式 291

### 三、销售市场 291

## 第七节 碧生源控股有限公司 292

### 一、企业简介 292

### 二、2011-2012年企业经营情况 298

### 三、2010-2012年公司财务状况 300

## 第四部分 行业趋势预测

## 第十五章 中国保健茶行业发展前景分析 301

### 第一节 2012-2016年保健茶市场发展潜力分析 301

### 第二节 2012-2016年保健茶产品市场前景分析 301

## 第十六章 中国保健茶行业发展趋势分析 302

## 第一节 对保健茶市场发展预测 302

### 一、2012-2016年保健品市场供给预测 302

### 二、2012-2016年保健品市场销量预测 302

### 三、2012-2016年保健品市场规模预测 302

## 第二节 2012-2016年保健茶市场发展趋势 302

### 一、2012-2016年保健茶行业发展趋势 302

### 二、2012-2016年保健茶市场发展趋势 304

#### 1、保健茶发展趋势之产品的发展 304

#### 2、保健茶发展趋势之渠道变化 305

#### 3、保健茶发展趋势之经营管理 305

#### 4、保健茶发展趋势之促销变革 305

## 第五部分 行业投资战略研究

## 第十七章 保健茶整体行业发展规划分析 307

### 第一节 2012-2016年保健茶行业发展规划分析 307

#### 一、保健茶行业发展机会分析 307

#### 二、保健茶市场投资机遇分析 308

#### 三、保健茶行业发展规划分析 312

### 第二节 2012-2016年保健茶行业投资分析 313

#### 一、保健茶市场投资现状 313

#### 二、保健茶市场投资机会分析 314

#### 三、对保健茶市场投资分析 315

### 第三节 2012-2016年保健茶行业投资风险分析 315

#### 一、2012-2016年保健茶行业市场风险预测 315

#### 二、2012-2016年保健茶行业政策风险预测 317

#### 三、2012-2016年保健茶行业经营风险预测 319

#### 四、2012-2016年保健茶行业竞争风险预测 320

#### 五、2012-2016年保健茶行业其他风险预测 320

### 第四节 2012-2016年保健茶行业投资战略分析 321

#### 一、保健茶市场投资策略分析 321

#### 二、保健茶细分市场投资策略分析 322

#### 三、对保健茶行业的投资建议 323

## 第十八章 中国保健茶行业发展战略研究 325

### 第一节 市场策略分析 325

#### 一、保健茶价格策略分析 325

#### 二、保健茶渠道策略分析 326

### 第二节 销售策略分析 326

#### 一、媒介选择策略分析 326

#### 二、产品定位策略分析 327

#### 三、企业宣传策略分析 332

### 第三节 对我国保健茶品牌的战略思考 337

#### 一、企业品牌的重要性分析 337

#### 二、保健茶实施品牌战略的意义 338

#### 三、保健茶企业品牌的现状分析 339

#### 四、我国保健茶企业的品牌战略 341

#### 五、保健茶品牌战略管理的策略 342

### 第四节 保健茶企业经营管理策略 356

#### 一、成本控制策略 356

#### 二、定价策略 357

#### 三、竞争策略 357

#### 四、并购重组策略 359

#### 五、营销策略 360

## 图表目录

图表：2006-2011年农村居民人均收入及其增长速度 13

图表：2006-2011年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 14

图表：2012年1-6月全国居民消费价格指数 15

图表：2012年7月份居民消费价格分类同比增长 17

图表：2012年7月份居民消费价格分类别环比增长 18

图表：2012年1-7月我国居民消费价格增长 18

图表：2011年居民消费价格月度涨跌幅度 20

图表：2011年居民消费价格同比涨幅 20

图表：2012年前2季度城镇单位劳动报酬 23

图表：2012年前2季度城镇国有单位劳动报酬 23

图表：2012年前2季度城镇集体单位劳动报酬 23

图表：2012年前2季度城镇其它单位劳动报酬 24

图表：2012年7月份全国规模以上企业工业生产运行 26

图表：民间固定资产投资和固定资产投资（不含农户）增速情况 31

图表：2012年1-7月民间固定资产投资主要数据 32

图表：城镇固定资产投资完成额-按产业 34

图表：城镇固定资产投资完成额-按隶属关系 35

图表：2011年固定资产增速情况（不含农户） 37

图表：固定资产来源增速情况 37

图表：东、中、西部固定资产增速情况 38

图表：投资的四个板块组成图 38

图表：2006-2011全社会固定资产投资及增长速度 40

图表：受访者人群特征 88

图表：各地购买的首要考虑因素 95

图表：购买的首要考虑因素 95

图表：消费者对保险产品满意度调查 97

图表：消费者对保健品不满意方面的调查 97

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业企业单位数波动性 179

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业企业单位数在工业中的排名 179

图表：2010年1-11月茶饮料及其他饮料制造行业企业数量机构分析 180

图表：2010年1-11月茶饮料及其他饮料制造行业不同规模企业分析 180

图表：2010年1-11月茶饮料及其他饮料制造行业企业控股类型 180

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业资产合计波动性 181

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业资产合计在工业中的排名 181

图表：2009年-2010年茶饮料及其他饮料制造行业地位变化 182

图表：2011年1-3月-2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业生产规模分析 182

图表：2012年1-5月茶饮料与其他饮料制造业产量全国及各省市统计 183

图表：2012年1-6月茶饮料与其他饮料制造业产量全国及各省市统计 184

图表：2012年1-5月茶饮料及其他饮料制造行业规模以上企业工业销售产值 185

图表：2011年1-12月茶饮料制造业工业销售产值及增长率统计 185

图表：2012年1-5月茶饮料及其他饮料制造行业规模以上企业工业销售产值 185

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业销售利润率波动性 186

图表：2011年1-3月-2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业销售利润率 186

图表：2011年1-3月-2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业成本费用利用率 186

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业亏损面的波动性 187

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业亏损面在工业中的排名 187

图表：2011年1-3月-2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业亏损面 187

图表：2011年1-3月-2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业资产负债比率 188

图表：2011年1-3月-2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业利息保障倍数 188

图表：2011年1-3月-2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业应收账款周转率 188

图表：2011年1-3月-2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业总资产周转率 189

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业存货周转率在工业中的排名 189

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业存货周转率的波动性 189

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业资产合计增长率波动性 190

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业资产合计增长率在工业中的排名 190

图表：2011年1-3月-2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业总资产增长率 191

图表：2011年1-3月-2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业利润总额增长率 191

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业主营业务收入增长率波动性 191

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业主营业务收入增长率在工业中的排名 192

图表：2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业资本保值增长率 192

图表：2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业资本保值增长率 192

图表：2012年1-5月茶饮料及其他饮料制造行业规模以上企业工业总产值 213

图表：2012年1-6月茶饮料及其他饮料制造行业规模以上企业工业总产值 213

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业主营业务收入波动性 213

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业利润总额在工业中的排名 214

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业利润总额波动性 214

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业利润总额在工业中的排名 215

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业利润总额增长率波动性 215

图表：2011年1-6月我国软饮料制造业财务利润统计表 216

图表：2012年1-6月茶饮料及其他软饮料制造业流动资产合计 216

图表：2011年1-12月全国主要饮料产品进口金额统计 216

图表：2011年1-12月全国主要饮料进口数量统计 216

图表：2012年1-5月全国主要饮料进口数据统计 217

图表：2012年1-6月全国主要饮料进口数据统计 217

图表：2012年1-6月全国主要饮料出口数据统计 217

图表：2012年1-5月茶饮料及其他软饮料制造业出口交货值统计 218

图表：2012年1-6月茶饮料及其他软饮料制造业出口交货值统计 218

图表：对辅食保健品市场的评价 221

图表：对辅食保健品市场的评价孩子年龄差异 222

图表：对辅食保健品市场的评价家庭收入差异 222

图表：对辅食保健品市场的评价城市规模差异 223

图表：全国部份城市购买保健品的比例 242

图表：2011年1-12月全国主要饮料产品出口金额统计 262

图表：2011年1-12月全国主要饮料出口数量统计 262

图表：近年崛起的世界茶叶产量与进口大国 263

图表：近年崛起的世界茶叶产量与进口大国 264

图表：2009年-2010年茶饮料及其他饮料制造行业利润总额 280

图表：2009年-2010年茶饮料及其他饮料制造行业主营业务收入 280

图表：2009年-2010年茶饮料及其他饮料制造行业资产合计 280

图表：北京天龙保健茶英山有限公司详情 285

图表：北京天龙保健茶英山有限公司武汉分公司详情 285

图表：北京天龙保健茶有限公司概况 287

图表：山东省济正保健品有限公司介绍 290

图表：碧生源常润茶产品详细 297

图表：2011-2012年碧生源控股有限公司综合损益表 298

图表：2010-2012年碧生源控股有限公司资产负债率表 299

图表：2010-2012年碧生源控股有限公司资产负债率表 299

图表：2010-2012年碧生源控股有限公司重要财务指标表 300

图表：消费者对保健饮料利益需求示意图 328

图表：市场对保健饮料产品的需求方式 329

图表：保健饮料产品对接市场的利益满足 329

图表：保健饮料传达的概念示意图 330

图表：消费群体对功能饮料产品的需求方式 330

图表：保健饮料终端选项 331

图表：销售网络体现 332

略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/211864.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](http://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提供专业投资咨询报告、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。