



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007-2010年中国茶饮料行业市场研究及发展前景展望分析报告

一、调研说明

《2007-2010年中国茶饮料行业市场研究及发展前景展望分析报告》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/40615.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

国家统计局资料显示，2006年1-12月我国茶饮料及其他软饮料制造行业工业总产值实现200.77亿元，同比增长47.5%。2007年1-8月我国茶饮料及其他软饮料制造行业工业总产值达到191.66亿元，同比增长44.81%。

我国茶饮料及其他软饮料制造行业整体销售情况较好。2007年1-8月，累计实现销售收入195.05亿元，比去年同期增长了47.96%，已经完成了去年全年总销售额的96%以上；同时，实现利润总额30.59亿元，比2006年全年增长了28.53%。

中国茶饮消费市场的发展速度更是惊人，几乎以每年30%的速度增长，占中国饮料消费市场份额的20%，超过了果汁饮料而名列饮料市场的"探花"，大有赶超碳酸饮料之势。面对中国茶饮料工业的迅猛发展，有关业内人士预言，茶饮料将在中国掀起第三次饮料浪潮，甚至取代饮用水地位，与发展多年的碳酸饮料争夺市场霸主。

从人均消费量来，2005年中国人均消费茶饮料约4公斤，如果与日本人均年饮用量的20到30公斤计算，中国茶饮料还有5倍以上的成长空间，即使从中国目前人均10公斤的饮料消费量来看，中国茶饮料的市场容量至少为1300万吨，而目前中国茶饮料的实际产量约580万吨，尚有700万吨的市场成长空间，况且目前的销售还仅仅集中在重点城市。相信随着人们饮用瓶装水习惯的逐渐形成，茶饮料将拥有更大的发展空间。

本报告详尽描述了中国茶饮料行业运行的环境，重点研究并预测了其下游行业发展以及需求变化的长期和短期趋势。针对当前行业发展面临的机遇与威胁，提出了我们对茶饮料行业发展的投资及战略建议。本报告以严谨的内容、翔实的数据、直观的图表帮助茶饮料企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。我们的主要数据来源于国家统计局、国家信息中心、海关总署、行业协会、等业内权威专业研究机构以及我中心的实地调研。本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多数据中提炼出了精当、真正有价值的情报，并结合了行业所处的环境，从理论到实践、宏观与微观等多个角度进行研究分析，其结论和观点力求达到前瞻性、实用性和可行性的统一。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局、规避经营和投资风险、制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

【 目 录 】

第一章 中国茶饮料行业发展状况综述

第一节 中国茶饮料行业概况

一、茶饮料行业界定及分类

二、茶饮料行业特征

三、茶饮料行业产业链分析

第二节 2007 ~ 2010年茶饮料相关行业政策发展形势展望

一、国家“ 十一五 ” 产业政策发展分析

二、茶饮料相关行业政策发展形势展望

第二章 国内外茶饮料行业发展现状及趋势

第一节 全球茶饮料行业发展概述

一、世界茶饮料行业发展现状

二、世界茶饮料地区发展现状

三、世界茶饮料主要企业分析

四、未来世界茶饮料发展趋势

第二节 中国茶饮料行业现状评价

一、在国民经济中地位与作用

二、茶饮料行业竞争状况

三、茶饮料行业发展存在主要问题

第三节 国内茶饮料供需状况分析

一、行业生产情况统计分析

二、行业销售情况统计分析

三、行业经营规模统计分析

第四节 中国茶饮料行业国际竞争力分析

一、中国茶饮料生产要素分析

二、中国茶饮料需求条件分析

三、中国茶饮料支援与相关产业分析

四、中国茶饮料企业战略、结构与竞争状态

第五节 中国茶饮料行业发展趋势

- 一、茶饮料行业将继续保持快速增长
- 二、市场集中度逐步提高，产量区域分布仍不平衡
- 三、行业内部加速分化，产品差别化趋势进一步加强

第三章 中国茶饮料行业营销策略分析

第一节 茶饮料行业销售渠道

- 一、国内茶饮料销售渠道分析
- 二、国内茶饮料成功销售模式分析

第二节 茶饮料行业销售策略

- 一、茶饮料终端开拓策略
- 二、茶饮料终端管理策略

第三节 茶饮料行业广告策略

- 一、茶饮料广告投放策略
- 二、茶饮料广告发展策略
- 三、茶饮料产品发展策略

第四节 品牌策略

- 一、品牌策略重要性
- 二、国内品牌策略现状
- 三、跨国公司品牌策略经验借鉴

第四章 2007～2010年中国茶饮料行业整体供需态势展望

第一节 茶饮料行业历史供需状况综述

- 一、茶饮料行业历史供给状况
- 二、茶饮料行业历史需求状况
- 三、茶饮料行业供需关系分析

第二节 影响茶饮料行业供需关系主要因素

- 一、口味
- 二、保健
- 三、价格定位
- 四、广告宣传

第三节 研究思路确立与方法介绍

第四节 2007～2010年茶饮料行业供给总量预测

第五节 2007～2010年茶饮料行业需求总量预测

一、2007～2010年茶饮料行业需求总量预测方案

二、其他预测方法

三、综合说明

第六节 2007～2010年茶饮料行业供需关系展望

第五章 2007年中国茶饮料行业区域市场运行分析

第一节 茶饮料行业地区布局

一、茶饮料地区布局

二、茶饮料细分产品地区布局

第二节 广东地区茶饮料行业发展

一、发展现状

二、竞争力分析

三、发展前景展望

第三节 浙江地区茶饮料行业发展

一、发展现状

二、竞争力分析

三、发展前景展望

第四节 上海地区茶饮料行业发展

一、发展现状

二、竞争力分析

三、发展前景展望

第五节 北京地区茶饮料行业发展

一、发展现状

二、竞争力分析

三、发展前景展望

第六章 2007年中国软饮料行业细分产品市场分析

第一节 红茶饮料市场

一、红茶饮料市场供给现状

二、红茶饮料市场需求现状

三、红茶饮料品牌竞争现状

第二节 乌龙茶饮料市场

一、乌龙茶饮料市场供给现状

二、乌龙茶饮料市场需求现状

三、乌龙茶饮料品牌竞争现状

第三节 绿茶饮料市场

一、绿茶饮料市场供给现状

二、绿茶饮料市场需求现状

三、绿茶饮料品牌竞争现状

第四节 花茶饮料市场

一、花茶饮料市场供给现状

二、花茶饮料市场需求现状

三、花茶饮料品牌竞争现状

第五节 新兴茶饮料市场

一、新兴茶饮料市场供给现状

二、新兴茶饮料市场需求现状

三、新兴茶饮料品牌竞争现状

第七章 软饮料行业重点企业经营状况及竞争分析

第一节 进入中国的国外优势企业

一、可口可乐公司

二、百事可乐国际集团

第二节 国内主要优势企业

一、杭州娃哈哈集团

二、广东健力宝集团

三、河北旭日集团

四、海南红牛饮料集团

五、福建新乌龙饮料有限公司

六、上海三得利

七、王老吉

第三节 港澳台优势企业

一、台湾统一企业

二、康师傅（台湾顶新集团）

第八章 2007～2010年中国茶饮料行业进出口情况及预测

第一节 茶饮料行业历史进出口总量变化

- 一、茶饮料行业进口总量变化
- 二、茶饮料行业出口总量变化
- 三、茶饮料行业进出口差量变动情况

第二节 茶饮料行业历史进出口结构变化

第三节 影响茶饮料行业进出口的主要因素

第四节 2007～2010年茶饮料行业进出口态势展望

- 一、2007～2010年茶饮料行业进出口态势展望
- 二、2007～2010年茶饮料行业进出口结构展望

第九章 2007～2010年茶饮料行业竞争格局展望

第一节 茶饮料行业发展周期

- 一、茶饮料行业经济周期
- 二、茶饮料行业增长性与波动性
- 三、茶饮料行业成熟度

第二节 茶饮料行业历史竞争格局综述

- 一、茶饮料行业集中度分析
- 二、茶饮料行业国内外主要竞争者

第三节 2007～2010年茶饮料行业竞争格局展望

第十章 2007-2010年中国茶饮料行业市场预测及发展趋势分析

第一节 饮料行业需求因素分析

- 一、茶饮料消费特征分析
- 二、新兴消费群体分析
- 三、茶饮料细分市场消费分析

第二节 茶饮料行业市场预测

- 一、茶饮料产量预测
- 二、茶饮料需求预测
- 三、茶饮料价格走势

第三节 茶饮料行业投资预测

一、投资规模预测

二、投资分布预测

第四节 茶饮料行业景气指数展望

一、茶饮料行业景气水平

二、茶饮料行业景气形势展望

第五节 茶饮料行业环境形势展望

一、经济环境展望

二、政治环境展望

三、社会环境展望 115

四、技术环境展望

第六节 关联产业趋势展望

一、上游供应产业趋势展望

二、产品包装行业趋势展望

第七节 茶饮料行业展望

一、前景广阔

二、细分市场展望

第十一章 2007～2010年茶饮料行业投资机会与风险展望

第一节 2007～2010年茶饮料行业投资机会

一、2007～2010年茶饮料行业区域投资机会

二、2007～2010年茶饮料行业主要产品投资机会

三、2007～2010年茶饮料行业企业多元化投资机会

第二节 2007～2010年茶饮料行业投资风险展望

一、驱动行业发展的宏观因素

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、经营管理风险

五、其他风险

第三节 投资建议

图表目录（部分）

图表1 网民最关注的茶饮料品牌

图表 2 全球市场茶饮料的主导品牌以及市场份额

图表 3 台湾茶饮料市场份额

图表 4 2006-2007年1-8月我国茶饮料及其他软饮料制造行业工业总产值分析

图表 5 2006年茶饮料品牌排名

图表 6 茶饮料销售量及销售额情况

图表 7 茶饮料销售量增长趋势图 单位：万吨

图表 8 茶饮料销售额增长趋势图 单位：亿元

图表 9 2006-2007年1-8月我国茶饮料及其他软饮料制造行业规模已上企业销售情况

图表 10 2007年1-8月我国茶饮料及其他软饮料制造行业销售收入前八强

图表 11 2007年1-8月我国茶饮料及其他软饮料制造行业利润总额前八强

图表 12 2007年1-8月我国茶饮料及其他软饮料制造行业销售收入地区比较

图表 13 2006-2007年1-8月我国茶饮料及其他软饮料制造行业企业数量

图表 14 2006-2007年1-8月我国茶饮料及其他软饮料制造行业企业资产规模

图表 15 2007年1-8月我国茶饮料及其他软饮料制造行业企业地区分布情况

图表 16 2007年1-8月我国茶饮料及其他软饮料制造行业资产地区分布情况

图表 17 2002-2007年上半年我国居民消费价格同比增长情况

图表 18 2000-2006年我国茶叶产量增长趋势图 单位：万吨

图表 19 2005-2007年我国软饮料产量情况 单位：万吨

图表 20 2007年1-8月我国茶饮料及其他软饮料制造行业不同规模企业数量比例

图表 21 2007年1-8月我国茶饮料及其他软饮料制造行业不同规模企业资产占有率

图表 22 2007年1-8月我国茶饮料及其他软饮料制造行业不同规模企业销售收入占有率

图表 23 茶饮料销售量销售额预测

图表 24 茶饮料市场渗透率比较

图表 25 按购买行为因素细分市场调查

图表 26 茶饮料产品指数

图表 27 2007-2010年茶饮料销售量预测

图表 28 2007年1-8月我国茶饮料的地区企业分布情况

图表 29 2007年1-8月我国茶饮料各区域的主要经济指标 单位：千元

图表 30 2007年1-8月我国茶饮料各区域收入、利润对比图 单位：千元

图表 31 2007年1-8月广东茶饮料行业主要经济指标（一） 单位：千元

图表 32 2007年1-8月广东茶饮料行业主要经济指标（二）

图表 33 2007年1-8月浙江茶饮料行业主要经济指标（一）

图表 34 2007年1-8月浙江茶饮料行业主要经济指标（二）

图表 35 2007年1-8月上海地区茶饮料的主要经济指标（一）

图表 36 2007年1-8月上海地区茶饮料的主要经济指标（二）

图表 37 2007年1-8月北京地区规模以上企业茶饮料行业的主要经营指标（一）

图表 38 2007年1-8月北京地区规模以上企业茶饮料行业的主要经营指标（二）

图表 39 主要的三种红茶品牌竞争优势劣势比较 单位：元/瓶

图表 40 三家红茶利润比较

图表 41 我国国内乌龙茶饮料主要生产企业

图表 42 杭州娃哈哈饮料公司资产经营数据分析

图表 43 杭州娃哈哈饮料公司资产负债数据分析

图表 44 杭州娃哈哈饮料公司主要经济指标分析

图表 45 杭州娃哈哈饮料公司经营费用分析

图表 46 健力宝集团饮料公司资产经营数据分析

图表 47 健力宝集团饮料公司资产负债数据分析

图表 48 健力宝集团饮料公司主要经济指标

图表 49 健力宝集团饮料公司经营费用 单位：千元

图表 50 海南红牛饮料公司资产经营数据分析

图表 51 海南红牛饮料公司资产负债分析

图表 52 海南红牛饮料公司主要经济指标

图表 53 海南红牛饮料公司经营成本数据分析

图表 54 福建新乌龙饮料公司资产经营分析

图表 55 福建新乌龙饮料公司资产负债数据分析 单位：千元

图表 56 福建新乌龙饮料公司主要经济指标分析

图表 57 福建新乌龙饮料公司经营成本分析

图表 58 三得利集团饮料生产企业资产经营数据分析

图表 59 三得利集团饮料生产企业资产负债分析

图表 60 三得利集团饮料生产企业主要经济指标分析

图表 61 王老吉历年销售量统计分析 单位：亿

图表 62 广东加多宝饮料食品有限公司年度主要财务指标

图表 63 广东加多宝饮料食品有限公司主营业务分地区情况

图表 64 2007-2009年广东加多宝饮料食品有限公司赢利预测

图表 65 广东加多宝饮料食品有限公司财务报表预测与比率分析

图表 66 康师傅饮料公司资产经营数据分析

图表 67 康师傅饮料公司主要经济指标分析

图表 68 2005-2007年 9月份我国非酒精类饮料进口数据分析

图表 69 2005-2007年 9月份我国非酒精类饮料进口数据对比分析

图表 70 2005-2007年 9月份我国非酒精类饮料出口数据分析

图表 71 2005-2007年 9月份我国非酒精类饮料出口数据对比分析

图表 72 2005-2007年 9月份我国非酒精类饮料净出口数据分析

图表 73 2005-2007年 9月份我国非酒精类饮料净出口数据对比分析

图表 74 2000-2004年茶饮料企业市场份额市场份额%

图表 75 2001-2004年茶饮料品牌市场份额销售量%

图表 76 茶饮料目标消费群购买行为特征情况

图表 77 消费者夏季最常购买的饮料对比

图表 78 2004-2007年上半年我国茶出口变化趋势图

图表 79 略。。。。见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/40615.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。