



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2010年中国茶饮料市场发展 发展分析及投资预测报告

一、调研说明

《2009-2010年中国茶饮料市场发展分析及投资预测报告》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/96052.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

目录

第一章 2008年世界茶饮料行业发展状况

一、世界茶饮料行业发展的概况

- (一) 世界茶饮料行业发展的特点
- (二) 世界茶饮料行业发展的过程的
- (三) 世界茶饮料发展的规律的

二、2008年世界主要的茶饮料国家运行情况

- (一) 美国
- (二) 中国
- (三) 日本

三、2008年世界主要茶饮料行业发展出现的种类的

- (一) 农夫茶
- (二) 康师傅冰红茶，绿茶
- (三) 娃哈哈茶饮料
- (四) 可口可乐的原叶茶

第二章 2008年中国茶饮料市场运行环境解析

一、2008年中国茶饮料行业经济环境

- (一) 2008年中国GDP增长指数
- (二) 2008年中国CPI波动情况
- (三) 2008年中国汇率调整
- (四) 2008年中国恩格尔系数

二、2008年中国茶饮料行业政策环境

- (一) 《饮料通则》
- (二) 茶饮料国家标准文本草案已开始在业内征求意见
- (三) 我国茶饮料行业标准将实施

三、2008年中国茶饮料行业的社会环境

第三章 2008年中国茶饮料业的市场热销状况

一、2008年中国形成规模化出口与进口的茶饮料分类

- (一) 中国传统茶类
- (二) 现代化的茶饮料
- (三) 中西合璧的茶饮料

二、2008年中国茶业的主要进出口贸易状况

- (一) 主要进口的茶饮料
- (二) 出口茶叶的流向

三、中国茶饮料的国外市场状况

- (一) 国外茶饮料业的优势
- (二) 国外茶饮料业的劣势

第四章 2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造业相关经济数据监测

一、2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业企业数量

- (一) 中国茶饮料及其他软饮料制造行业企业数量
- (二) 不同规模企业数量
- (三) 不同所有制企业数量

二、2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业工业总产值

- (一) 2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业工业总产值
- (二) 不同规模企业工业总产值
- (三) 不同所有制企业比较

三、2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业销售收入

- (一) 2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业工业销售收入
- (二) 不同规模企业工业销售收入
- (三) 不同所有制企业比较

四、2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业工业总资产

- (一) 2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业工业总资产
- (二) 不同规模企业工业总资产
- (三) 不同所有制企业比较

五、2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业工业利润总额

- (一) 2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业工业利润总额
- (二) 不同规模企业工业利润总额
- (三) 不同所有制企业比较

第五章 2008年中国茶饮料的竞争环境透视

一、2008年中国茶饮料竞争现状

- (一) 技术竞争
- (二) 成本费用竞争
- (三) 种类的竞争

二、2008年中国茶饮料竞争格局

- (一) 市场集中度
- (二) 重点省市集中度

三、2008年中国茶饮料竞争优势

- (一) 中国是茶的生产基地的优势
- (二) 中国茶业价格上的优势

第六章 2008年中国茶饮料行业优势企业竞争力及关键性数据透析

一、北京统一饮品有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务

二、康师傅(杭州)饮品有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务

三、杭州顶津食品有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务

四、潍坊娃哈哈食品有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务

五、建宁县鑫达莲业有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务

六、英联川宁欢料(上海)有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务

七、广东星华保健饮料有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

八、青岛青啤朝日饮品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

第七章 2009-2012中国茶饮料的发展前景分析

一、2008年中国茶饮料的发展前景

(一) 有巨大的市场潜力

(二) 一些大国的茶叶内需逐步扩大

二、2008年中国茶饮料是市场预测

(一) 市场供需预测

(二) 进出口贸易预测

(三) 茶饮料市场集中度越来越高

三、2008年中国茶饮料的发展趋势

第八章 2009-2012中国茶饮料的投资机会和风险

一、2008年中国茶饮料投资机会

二、2008年中国茶饮料投资风险

(一) 国内同业竞争风险

(二) 国际同业竞争风险

(四) 技术市场风险

(五) 人力资源风险

(六) 宏观经济周期风险

(七) 国家产业政策现状及变动影响

(八) 行业发展中的不确定性因素

第九章 2008年中国茶饮料投资的经常性问题的

一、2008年中国茶饮料的投资热点

(一) 中国成为茶饮料的销售热点地区

(二) 中国茶饮料投资走向多元化

二、2008年中国茶饮料的投资机遇

- (一) 茶饮料具有开发价值
- (二) 茶饮料全球化发展的机遇
- (三) 媒介业的广泛兴起带来的机遇

三、2008年中国茶饮料投资挑战的

- (一) 茶饮料整体技术水平不高
- (二) 生产企业众多
- (三) 标准不完善

图表目录（部分）：

图表：2008年中国GDP增长情况

图表：2001-2008年中国工业增加值与发电量

图表：2005-2008年中国投资、消费、出口走势

图表：2001-2008年中国CPI、PPI走势

图表：2001-2008年中国进出口走势

图表：2001-2008年中国失业率走势

图表：2007-2008年中国货币供应量

图表：2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业企业数量统计

图表：2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业企业数量分布

图表：2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业总产值情况

图表：2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业不同所有制企业总产值比例

图表：2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业不同所有制企业总产值对比

图表：2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业不同规模企业总产值比例

图表：2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业不同规模企业总产值对比

图表：2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业不同所有制企业总销售收入比例

图表：2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业不同所有制企业总销售收入对比

图表：2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业不同规模企业总销售收入比例

图表：2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业不同规模企业总销售收入对比

图表：2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业总资产情况

图表：2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业不同所有制企业总资产比例

图表：2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业不同所有制企业总资产对比

图表：2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业不同规模企业总资产比例

图表：2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业不同规模企业总资产对比

图表：2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业总销售收入情况

图表：2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业利润总额情况

图表：2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业不同所有制企业利润总额比例

图表：2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业不同所有制企业利润总额对比

图表：2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业不同规模企业利润总额比例

图表：2006-2008年中国茶饮料及其他软饮料制造行业不同规模企业利润总额对比

图表：北京统一饮品有限公司销售收入情况

图表：北京统一饮品有限公司盈利指标情况

图表：北京统一饮品有限公司盈利能力情况

图表：北京统一饮品有限公司资产运行指标状况

图表：北京统一饮品有限公司资产负债能力指标

图表：北京统一饮品有限公司成本费用构成情况

图表：康师傅（杭州）饮品有限公司销售收入情况

图表：康师傅（杭州）饮品有限公司盈利指标情况

图表：康师傅（杭州）饮品有限公司盈利能力情况

图表：康师傅（杭州）饮品有限公司资产运行指标状况

图表：康师傅（杭州）饮品有限公司资产负债能力指标

图表：康师傅（杭州）饮品有限公司成本费用构成情况

图表：杭州顶津食品有限公司销售收入情况

图表：杭州顶津食品有限公司盈利指标情况

图表：杭州顶津食品有限公司盈利能力情况

图表：杭州顶津食品有限公司资产运行指标状况

图表：杭州顶津食品有限公司资产负债能力指标

图表：杭州顶津食品有限公司成本费用构成情况

图表：潍坊娃哈哈食品有限公司销售收入情况

图表：潍坊娃哈哈食品有限公司盈利指标情况

图表：潍坊娃哈哈食品有限公司盈利能力情况

图表：潍坊娃哈哈食品有限公司资产运行指标状况

图表：潍坊娃哈哈食品有限公司资产负债能力指标

图表：潍坊娃哈哈食品有限公司成本费用构成情况

图表：建宁县鑫达莲业有限公司销售收入情况

图表：建宁县鑫达莲业有限公司盈利指标情况

图表：建宁县鑫达莲业有限公司盈利能力情况
图表：建宁县鑫达莲业有限公司资产运行指标状况
图表：建宁县鑫达莲业有限公司资产负债能力指标
图表：建宁县鑫达莲业有限公司成本费用构成情况
图表：英联川宁欢料（上海）有限公司销售收入情况
图表：英联川宁欢料（上海）有限公司盈利指标情况
图表：英联川宁欢料（上海）有限公司盈利能力情况
图表：英联川宁欢料（上海）有限公司资产运行指标状况
图表：英联川宁欢料（上海）有限公司资产负债能力指标
图表：英联川宁欢料（上海）有限公司成本费用构成情况
图表：广东星华保健饮料有限公司销售收入情况
图表：广东星华保健饮料有限公司盈利指标情况
图表：广东星华保健饮料有限公司盈利能力情况
图表：广东星华保健饮料有限公司资产运行指标状况
图表：广东星华保健饮料有限公司资产负债能力指标
图表：广东星华保健饮料有限公司成本费用构成情况
图表：青岛青啤朝日饮品有限公司销售收入情况
图表：青岛青啤朝日饮品有限公司盈利指标情况
图表：青岛青啤朝日饮品有限公司盈利能力情况
图表：青岛青啤朝日饮品有限公司资产运行指标状况
图表：青岛青啤朝日饮品有限公司资产负债能力指标
图表：青岛青啤朝日饮品有限公司成本费用构成情况

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/96052.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。