

中国茶饮料前景趋势预测与投资建议分析报告2022-2027年

产品名称	中国茶饮料前景趋势预测与投资建议分析报告2022-2027年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号中国铁建大厦
联系电话	010-56231698 18766830652

产品详情

中国茶饮料前景趋势预测与投资建议分析报告2022-2027年*****【

报告编号】338855【出版日期】2022年3月【出版机构】中研华泰研究院【交付方式】

EMIL电子版或特快专递【报告价格】纸质版:6500元 电子版:6800元

纸质版+电子版:7000元【联系人员】

刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 章

茶饮料行业界定及发展环境剖析节 茶饮料行业的界定及统计说明一、软饮料界定1、软饮料的界定2、软饮料的分类二、茶饮料界定1、茶饮料的界定2、茶饮料的分类三、所属国民经济行业分类与代码四、本报告行业研究范围的界定说明五、本报告的数据来源及统计标准说明第二节 中国茶饮料行业政策环境一、行业监管体系及机构介绍二、行业标准体系建设现状三、行业发展相关政策规划汇总及解读1、行业发展相关政策汇总2、行业发展相关规划汇总四、行业重点政策规划解读五、政策环境对行业发展的影响分析第三节 中国茶饮料行业经济环境一、宏观经济发展现状二、宏观经济发展展望三、行业发展与宏观经济相关性分析第四节 中国茶饮料行业社会环境一、居民消费观念的升级二、居民收入及支出促进需求三、消费行为转变拉动需求第五节 中国茶饮料行业技术环境 第二章

全球茶饮料行业发展现状及趋势前景预测节 全球茶叶发展现状一、全球茶叶种植现状分析1、全球茶叶种植面积分析2、全球茶叶种植分布情况二、全球茶叶产销现状分析1、全球茶叶产销量分析2、全球茶叶产量分布情况第二节 全球茶饮料行业发展现状一、全球茶饮料行业发展历程二、全球茶饮料行业发展特征三、全球茶饮料市场规模分析四、全球茶饮料竞争格局分析五、全球茶饮料区域分布情况第三节 主要国家茶饮料行业发展分析一、日本茶饮料行业发展分析1、日本茶饮料市场规模分析2、日本茶饮料企业竞争分析3、日本茶饮料行业发展趋势二、美国茶饮料行业发展分析1、美国茶饮料市场规模分析2、美国茶饮料企业竞争分析3、美国茶饮料行业发展趋势第四节 全球主要茶饮料企业发展分析一、可口可乐1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业业务结构分析4、企业销售网络分布5、企业茶饮料业务分析6、企业在华业务布局二、联合利华1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业业务结构分析4、企业销售网络分布5、企业茶饮料业务分析6、企业在华业务布局三、雀巢集团1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业业务结构分析4、企业销售网络分布5、企业茶饮料业务分析6、企业在华业务布局四、三得利株式会社1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业业务结构分析4、企业销售网络分布5、企业茶饮料业务分析6、企业在华业务布局第五节

全球茶饮料行业发展前景预测一、全球茶饮料行业发展趋势二、全球茶饮料市场前景预测 第三章

中国茶饮料行业发展现状与市场痛点分析节

中国茶饮料行业发展历程及市场特征一、中国茶饮料行业发展历程二、中国茶饮料行业市场特征第二节 中国茶饮料行业供需现状分析一、中国茶饮料行业供给情况分析二、中国茶饮料行业需求情况分析三、中国茶饮料品牌价格水平对比第三节 中国茶饮料行业经营现状分析一、中国茶饮料行业市场规模分析二、中国茶饮料行业盈利水平分析三、中国茶饮料行业运营能力分析第四节 中国茶饮料进出口市场分析一、中国茶饮料进出口状况综述二、中国茶饮料出口市场分析1、茶饮料出口规模分析2、茶饮料出口产品结构3、茶饮料出口国别分布三、中国茶饮料进口市场分析1、茶饮料进口规模分析2、茶饮料进口产品结构3、茶饮料进口国别分布四、中国茶饮料进出口趋势分析第五节

中国茶饮料行业发展痛点分析 第四章 中国茶饮料行业竞争状态及市场格局分析节 茶饮料行业波特五力模型分析一、行业现有竞争者分析二、行业潜在进入者威胁三、行业替代品威胁分析四、行业供应商议价能力分析五、行业购买者议价能力分析六、行业竞争情况总结第二节

茶饮料行业投融资、兼并与重组分析一、行业投融资发展状况二、行业兼并与重组状况第三节

茶饮料行业市场进入与退出壁垒第四节 茶饮料行业市场格局及集中度分析一、中国茶饮料行业市场竞争格局二、中国茶饮料行业市场集中度分析 第五章 中国茶饮料行业营销策略及广告定位分析节 茶饮料行业产品营销策略分析一、行业产品品牌策略分析1、以农夫为代表的“广告派”2、以一些地方杂牌为代表的“功利派、游击派”3、以娃哈哈等为代表的“稳健派”4、以统一等企业为代表的“技巧派”5、以可口可乐等为代表的“规范派”二、行业产品销售渠道分析1、行业产品销售渠道现状2、行业产品渠道网络中存在的问题3、行业产品销售渠道发展策略及趋势第二节 茶饮料行业产品广告策略分析一、行业主要品牌广告策略1、加多宝广告策略2、康师傅广告策略3、可口可乐广告策略二、行业产品市场定位分析三、行业产品广告投放策略1、电视媒体为主要投放方式2、投放额增速快四、行业产品广告代言人策略1、不同阶段采用不同代言人策略2、不同产品类别选择不同代言人3、挖掘品牌代言人与产品的关联性4、通过代言人构建稳固的品牌关系第三节 行业产品营销策略案例分析一、代表性案例营销策划对比分析二、代表性案例营销策划具体分析1、康师傅茶饮料营销策略分析2、统一茶饮料营销策略分析3、加多宝茶饮料营销策略分析4、维他ViTa茶饮料营销策略分析5、茶派茶饮料营销策略分析 第六章

中国茶饮料行业细分产品市场现状分析节 茶饮料行业主要细分产品市场概述一、中国茶饮料主要细分产品结构分析二、中国茶饮料主要细分产品价格对比第二节 传统茶饮料市场分析一、茶饮料(茶汤)市场分析二、调味茶饮料市场分析三、复(混)合茶饮料市场分析四、茶浓缩液饮料市场分析第三节 现制茶饮市场分析一、现制茶饮市场发展历程二、现制茶饮市场供需分析1、现制茶饮行业线下门店数量2、现制茶饮行业市场规模分析三、现制茶饮市场竞争格局四、现制茶饮市场趋势分析五、现制茶饮市场前景预测 第七章 中国茶饮料产业链代表性企业案例研究节 中国传统茶饮料代表性企业案例研究一、康师傅控股有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业主营业务分析4、企业茶饮料业务布局5、企业竞争优势分析6、企业发展动态分析二、统一企业中国控股有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业主营业务分析4、企业茶饮料业务布局5、企业竞争优势分析6、企业发展动态分析三、农夫山泉股份有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业主营业务分析4、企业茶饮料业务布局5、企业竞争优势分析6、企业发展动态分析四、三得利(中国)投资有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业主营业务分析4、企业茶饮料业务布局5、企业竞争优势分析6、企业发展动态分析五、深圳维他(光明)食品饮料有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业主营业务分析4、企业茶饮料业务布局5、企业竞争优势分析6、企业发展动态分析六、伊藤园饮料(上海)有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业主营业务分析4、企业茶饮料业务布局5、企业竞争优势分析6、企业发展动态分析七、天喔食品(集团)有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业主营业务分析4、企业茶饮料业务布局5、企业竞争优势分析6、企业发展动态分析八、元气森林(北京)食品科技集团有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业主营业务分析4、企业茶饮料业务布局5、企业竞争优势分析6、企业发展动态分析九、杭州娃哈哈集团有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业主营业务分析4、企业茶饮料业务布局5、企业竞争优势分析6、企业发展动态分析十、福建达利食品集团有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业主营业务分析4、企业茶饮料业务布局5、企业竞争优势分析6、企业发展动态分析十一、今麦郎饮品股份有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业主营业务分析4、企业茶饮料业务布局5、企业竞争优势分析6、企业发展动态分析十二、广州王老吉大健康产业有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业主营业务分析4、企业茶饮料业务布局5、企业竞争优势分析6、企业发展动态分析十三、加多宝(中国)饮料有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业主营业务分析4、企业茶饮料业务布局5、企业竞争优势分析6、企业发展动态分析十四、深圳市深晖企业有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业主营业务分析4、企业茶饮料业务布局5、企业竞争优势

势分析6、企业发展动态分析十五、上海申美饮料食品有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业主营业务分析4、企业茶饮料业务布局5、企业竞争优势分析6、企业发展动态分析第二节中国现制茶饮代表性企业案例研究一、喜茶：深圳美西西餐饮管理有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业茶饮料产品统计4、企业经营区域分布统计5、企业营销模式分析6、企业经营状况优劣势分析二、奈雪的茶：深圳市品道餐饮管理有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业茶饮料产品统计4、企业经营区域分布统计5、企业营销模式分析6、企业经营状况优劣势分析三、1点点：生根餐饮管理（上海）有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业茶饮料产品统计4、企业经营区域分布统计5、企业营销模式分析6、企业经营状况优劣势分析四、LELECHA乐乐茶：上海茶田餐饮管理有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业茶饮料产品统计4、企业经营区域分布统计5、企业营销模式分析6、企业经营状况优劣势分析 第八章

中国茶饮料行业市场咨领航及投资策略建议节 中国茶饮料行业发展潜力评估一、行业所处生命周期阶段识别二、行业发展驱动与制约因素总结三、行业发展潜力评估第二节 中国茶饮料行业市场投资前景趋势分析一、中国茶饮料行业发展前景预测二、中国茶饮料行业发展趋势预判第三节 中国茶饮料行业市场投资价值与风险分析一、中国茶饮料行业投资价值评估二、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预警第四节 中国茶饮料行业投资建议分析一、中国茶饮料行业投资策略与建议二、中国茶饮料行业可持续发展建议

图表目录

图表：软饮料的分类

图表：茶饮料的分类

图表：茶饮料行业所属的国民经济分类

图表：本报告的主要数据来源及统计标准说明

图表：截至2021年茶饮料行业标准汇总

图表：截至2021年茶饮料行业发展政策汇总

图表：截至2021年茶饮料行业发展规划汇总

图表：2017-2021年全球茶饮料市场规模增长情况

图表：2017-2021年日本茶饮料市场规模增长情况

图表：日本茶饮料品牌竞争格局分析

图表：2017-2021年美国茶饮料市场规模增长情况

图表：美国茶饮料品牌竞争格局分析

图表：2022-2027年全球茶饮料市场规模预测

图表：中国茶饮料行业发展历程

图表：2017-2021年中国茶饮料产量及其增长速度

图表：2017-2021年中国茶饮料销量及其增长速度

图表：2021年不同茶饮料种类重点品牌价格对比

图表：2017-2021年中国茶饮料行业市场规模增长情况

图表：2017-2021年中国茶饮料行业头部上市企业毛利率

图表：2017-2021年中国茶饮料行业进出口概况

图表：2017-2021年中国茶饮料行业出口情况

图表：2017-2021年中国茶饮料行业出口产品

图表：2017-2021年中国茶饮料行业进口情况

图表：2017-2021年中国茶饮料行业进口产品

图表：中国茶饮料行业发展痛点分析

图表：我国茶饮料行业现有企业的竞争分析

图表：我国茶饮料行业潜在进入者威胁分析

图表：我国茶饮料行业对上游供应商的议价能力分析

图表：我国茶饮料行业对下游客户议价能力分析

图表：中国茶饮料行业五力竞争综合分析

图表：中国茶饮料行业市场进入与退出壁垒分析

图表：优缺点分析

图表：网络销售优缺点分析

图表：农贸批发市场销售优缺点分析

图表：2021年饮料各媒体投放占比情况

图表：我国代表性调味茶饮料品牌营销策略

图表：康师傅茶饮料营销策略分析

图表：康师傅茶饮料整合营销传播策略分析

图表：康师傅营销策略启示

图表：加多宝营销思维

图表：2021年中国茶饮料行业产品占比情况

图表：中国现制茶饮行业市场发展历程

图表：2017-2021年中国现制茶饮门店数量增长情况

图表：2021年中国现制茶饮行业市场规模测算

图表：2021年中国现制茶饮不同品牌市场份额

图表：2022-2027年中国现制茶饮市场前景预测

图表：中国茶饮料行业代表性企业发展布局对比

图表：深圳美西西餐饮管理有限公司基本信息

图表：深圳美西西餐饮管理有限公司茶饮料产品

图表：2021年深圳美西西餐饮管理有限公司门店分布数量

图表：深圳美西西餐饮管理有限公司门店分布情况

图表：深圳美西西餐饮管理有限公司优劣势分析

图表：深圳市品道餐饮管理有限公司基本信息

图表：深圳市品道餐饮管理有限公司茶饮料产品

图表：深圳市品道餐饮管理有限公司门店分布情况

图表：深圳市品道餐饮管理有限公司营销方案分析

图表：深圳市品道餐饮管理有限公司优劣势分析

图表：生根餐饮管理（上海）有限公司基本信息

图表：生根餐饮管理（上海）有限公司茶饮料产品

图表：生根餐饮管理（上海）有限公司优劣势分析

图表：上海茶田餐饮管理有限公司基本信息

图表：上海茶田餐饮管理有限公司茶饮料产品

图表：2021年上海茶田餐饮管理有限公司门店分布情况

图表：上海茶田餐饮管理有限公司营销方案分析

图表：上海茶田餐饮管理有限公司优劣势分析

图表：中国茶饮料行业发展潜力评估

图表：2022-2027年茶饮料行业市场前景预测

图表：2022-2027年茶饮料行业市场增长空间预测

图表：中国茶饮料行业发展趋势预测

图表：中国茶饮料行业市场投资价值评估