

中国茶饮市场销售状况分析与未来需求预测报告2023-2028年

产品名称	中国茶饮市场销售状况分析与未来需求预测报告 2023-2028年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708
联系电话	18766830652 18766830652

产品详情

中国茶饮市场销售状况分析与未来需求预测报告2023-2028年*****

*****【报告编号】362423【出版日期】2023年2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 茶饮料概念及工艺技术分析

14节 茶饮料的成分及分类 14一、茶饮料的概念 14二、茶饮料的主要成分 14三、茶饮料的分类 15四、

企业茶饮料 15第二节 茶饮料品质影响因素及生产工艺流程 16一、影响茶饮料品质的因素 16二、

茶饮料生产工艺要点 16三、茶饮料的生产模式 17四、各式茶饮料生产工艺流程 18第三节

茶饮料工艺技术及应用 18一、茶汤萃取工艺概述 18二、茶饮料的热澄清工艺 19三、

罐装液态茶饮料加工技术 21四、速溶茶粉在纯茶饮料中的应用 21五、灌装茶工艺的对比分析 22第二章

2020-2022年中国软饮料行业分析 26节 2020-2022年世界软饮料行业发展状况 26一、

全球软饮料市场缓慢复苏 26二、国际软饮料包装材料的发展变化 26三、全球功能饮料销售状况分析

28四、全球软饮料市场发展趋势预测 29第二节 2020-2022年中国软饮料行业发展分析 29一、

中国软饮料行业的发展特征 29二、2020年中国软饮料生产状况分析 31三、

2020年中国软饮料消费者调查分析 32四、2021年中国软饮料市场发展分析 34五、

2022年三季度中国软饮料市场发展动态 35第三节 2020-2022年中国软饮料市场竞争分析 35一、

软饮料行业的竞争力评析 35二、中国软饮料市场竞争程度剖析 37三、

特殊用途饮料成软饮料市场竞争的蓝海 38四、中国软饮料市场竞争特点分析 39五、

中国软饮料市场竞争变化状况 39第四节 中国软饮料市场营销分析 40一、

软饮料行业网络广告投放状况分析 40二、软饮料业大平台大营销策略的实践分析 40三、

饮料企业品牌营销运作存在的问题及对策 41四、软饮料市场的差异化营销策略分析 44第三章

2020-2022年中国茶饮料行业分析 45节 2020-2022年中国茶饮料行业发展概述 45一、

中国茶饮料发展变化回顾 45二、中国茶饮料行业发展现状 45三、茶饮料行业特征分析 46四、

驱动茶饮料行业发展的宏观因素解析 47第二节 茶饮料市场发展总体分析 47一、

中国茶饮料市场发展综述 47二、中国茶饮料市场发展的特点 48三、茶饮料市场消费者需求特征透析

50四、中国茶饮料市场产品结构分析 50第三节 2020-2022年茶饮料市场发展分析 51一、

2020年中国茶饮料进入成熟期 51二、2020年中国茶饮料市场发展状况 52三、

2021年中国茶饮料市场发展动态 53四、2021年中国茶饮料市场发展分析 53五、

2022年中国茶饮料市场发展动态 54
第四节 茶饮料市场存在问题及对策分析 54一、
中国茶饮料产业存在的问题分析 54二、 技术质量问题制约茶饮料发展 55三、
中国茶饮料市场发展的建议 56
第四章 中国茶饮料及其他软饮料制造行业财务状况 57
节
中国茶饮料及其他软饮料制造行业经济规模 57一、 2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业销售规模
57二、 2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业利润规模 58三、
2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业资产规模 58
第二节
中国茶饮料及其他软饮料制造行业盈利能力指标分析 59一、
2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业亏损面 59二、 2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业销售毛利率
59三、 2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业成本费用利润率 60四、
2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业销售利润率 60
第三节
中国茶饮料及其他软饮料制造行业营运能力指标分析 61一、
2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业应收账款周转率 61二、
2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业流动资产周转率 62三、
2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业总资产周转率 62
第四节
中国茶饮料及其他软饮料制造行业偿债能力指标分析 63一、
2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业资产负债率 63二、
2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业利息保障倍数 63
第五节
中国茶饮料及其他软饮料制造行业财务状况综合评价 64一、
茶饮料及其他软饮料制造业财务状况综合评价 64二、
影响茶饮料及其他软饮料制造业财务状况的经济因素分析 64
第五章 2020-2022年中国凉茶市场分析 65
节
2020-2022年凉茶市场状况综述 65一、 中国凉茶市场发展概述 65二、 中国凉茶产业规模持续扩大 66三、
中国凉茶产业发展动态 66四、 凉茶市场发展特点分析 68五、 凉茶市场发展机会探析 68
第二节
广东凉茶市场分析 69一、 广东凉茶市场发展现状 69二、 广东凉茶市场良莠不齐 70三、
广东凉茶市场发展状况分析 70
第三节 2020-2022年凉茶市场竞争分析 71一、 凉茶市场竞争历程分析
71二、 霸王引发凉茶市场新一轮混战 72三、 中国凉茶市场竞争升级 72四、 凉茶品牌竞争状况分析
72五、 两大凉茶新品的竞争手段解析 73
第四节 凉茶市场存在的问题及策略分析 73一、
凉茶市场同质化现象严重 73二、 凉茶业QS认证面临的问题 74三、 国内多数凉茶企业经营状况欠佳
74四、 凉茶饮料业发展障碍及对策分析 75五、 中国凉茶市场根据地战略分析 76
第六章
2020-2022年中国茶饮料行业竞争分析 78
节 2020-2022年茶饮料行业竞争格局分析 78一、
中国茶饮料行业企业简介 78二、 茶饮料行业的竞争特点分析 79三、 中国茶饮料市场竞争简况 79四、
茶饮料竞争焦点转向新包装与新品种 81五、 瓶装奶茶竞争升级 81
第二节 茶饮料市场竞争群体详解
81一、 市场先行者：旭日升 81二、 市场：康师傅和统一 82三、 市场挑战者：可口可乐 83四、
其它市场追随者 83
第三节 茶饮料行业的SWOT剖析 84一、 优势分析 84二、 劣势分析 85三、 机遇分析
86四、 挑战分析 87
第四节 茶饮料行业竞争力提升策略分析 87一、 增长型战略（SO） 87二、
多种经营战略（ST） 88三、 扭转型战略（WO） 88四、 防御性战略（WT） 89
第五节
茶饮料市场竞争中的营销对策分析 89一、 茶饮料品牌文化营销解析 89二、 茶饮料市场营销竞争策略
90三、 茶饮料广告策略分析 90四、 茶饮料产品策略分析 91五、 茶饮料三优先销售策略解析 92
第七章
2020-2022年中国茶饮料行业营销分析 93
节 旭日升集团营销案例分析 93一、
旭日升发展阶段及衰败原因分析 93二、 旭日升营销管理失误分析 94三、
旭日升归来背后的“三板斧”策略分析 94四、 2020年旭日升品牌回归策略 95
第二节 康师傅营销策略分析
96一、 康师傅茶饮料市场多品牌战略 96二、 康师傅茶饮料的营销策略组合 96三、
康师傅茶饮料营销对茶饮企业的启迪 98四、 康师傅饮料的“再来一瓶”营销策略解析 99五、
康师傅茶饮料的“美丽营销”战术分析 102
第三节 统一茶饮料市场营销分 103一、
统一茶饮料的产品促销策略分析 103二、 统一茶饮料的竞争战略解析 103三、
统一茶饮料市场营销战略透析 105四、“统一冰醇茉莉”推广案例分析 106
第四节 娃哈哈营销策略分析
107一、 娃哈哈的品牌营销分析 107二、 娃哈哈茶饮料的推广方法解析 109三、
娃哈哈“两会网络营销”植入解析 109四、 娃哈哈的渠道模式分析 110
第五节 王老吉 111一、
王老吉营销策略综述 111二、 王老吉网络营销推广方案简述 113三、
以CSR战略角度透视王老吉的亚运营 114四、 王老吉与加多宝的品牌营销策略对比分析 117
第八章
2020-2022年中国茶饮料市场替代产品发展分析 119
节 碳酸饮料 119一、 中国碳酸饮料产值占比变化分析
119二、 中国碳酸饮料销量状况统计 120三、 中国碳酸饮料产量状况分析 122四、

中国碳酸饮料市场发展状况 123五、碳酸饮料市场中外品牌的营销对垒 124六、本土碳酸饮料企业发展路径选择 124第二节 果汁饮料 125一、中国果汁饮料行业发展综述 125二、中国果汁饮料市场的特点分析 126三、果汁饮料企业主打创新牌 126四、果汁饮料品牌受欢迎程度比较 128五、促进中国果汁饮料工业快速发展的建议 129六、果汁饮料行业未来发展热点 129第三节 乳品饮料 130一、中国含乳饮料行业发展综述 130二、2020-2021年中国乳饮料市场分析 131三、中国功能化乳饮料细分分析 131四、果粒酸乳饮料成市场热点 133五、主要含乳饮料产品及其营销概况 134六、含乳饮料的市场定位与品牌塑造策略 138七、未来中国乳饮料发展趋势探析 139第四节 包装饮用水 140一、包装饮用水市场综合分析 140二、中国饮用水行业步入成熟阶段 141三、中国饮用水市场新动态分析 141四、中国瓶装饮用水产量统计 142五、中国瓶装水品牌竞争格局剖析 143六、体育营销成为饮用水行业竞争焦点 144第九章 2023-2028年中国茶饮料市场投资及前景分析 144节 2023-2028年中国软饮料行业发展前景分析 144一、软饮料行业发展优势及空间分析 144二、未来软饮料业将步入重构时期 146三、中国软饮料市场竞争趋势分析 146第二节 2023-2028年中国茶饮料行业投资机会分析 147一、茶饮料厂商面临大好机遇 147二、茶饮料新品催生创业机会 148三、茶饮料产品的投资开发方向 148第三节 2023-2028年中国茶饮料行业前景预测 148一、中国茶饮料市场未来前景展望 148二、无糖茶饮料市场前景分析 149三、纯茶饮料发展趋势预测 150四、中草药保健茶发展前景广阔 150第四节 2023-2028年中国茶饮料及其他软饮料制造业预测分析 151一、2023-2028年中国茶饮料及其他软饮料制造业收入预测分析 151二、2023-2028年中国茶饮料及其他软饮料制造业利润预测分析 151三、2023-2028年中国茶饮料及其他软饮料制造业产值预测分析 152第十章 2020-2022年国内外茶饮料行业重点上市公司 153节 可口可乐 153一、公司简介 153二、企业主要经济指标分析 156三、企业盈利能力分析 157四、企业偿债能力分析 157五、企业运营能力分析 157六、企业成长能力分析 157七、企业新动态分析 158第二节 百事可乐 158一、公司简介 158二、企业主要经济指标分析 158三、企业盈利能力分析 159四、企业偿债能力分析 159五、企业运营能力分析 159六、企业成长能力分析 160七、企业新动态分析 160第三节 康师傅控股有限公司 160一、公司简介 160二、企业主要经济指标分析 162三、企业盈利能力分析 162四、企业偿债能力分析 162五、企业运营能力分析 163六、企业成长能力分析 163七、企业新动态分析 163第四节 统一企业中国控股有限公司 164一、公司简介 164二、企业主要经济指标分析 164三、企业盈利能力分析 165四、企业偿债能力分析 165五、企业运营能力分析 165六、企业成长能力分析 165七、企业新动态分析 166第五节 深圳市深宝实业股份有限公司 166一、公司简介 166二、企业主要经济指标分析 167三、企业盈利能力分析 167四、企业偿债能力分析 167五、企业运营能力分析 168六、企业成长能力分析 168七、企业新动态分析 168第六节 广州白云山医药集团股份有限公司 169一、公司简介 169二、企业主要经济指标分析 170三、企业盈利能力分析 170四、企业偿债能力分析 171五、企业运营能力分析 171六、企业成长能力分析 171七、企业新动态分析 171图表目录 图表 1：茶饮料类生产工艺流程图 17 图表 2：2021年1-12月中国软饮料生产状况分析 31 图表 3：2021年消费者对各品牌软饮料满意度调查 33 图表 4：2022年三季度与2021年三季度软饮料产量对比 35 图表 5：2022年软饮料行业网络广告投放综述 40 图表 6：2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业销售规模 57 图表 7：2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业利润规模 58 图表 8：2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业资产规模 58 图表 9：2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业亏损面 59 图表 10：2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业销售毛利率 60 图表 11：2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业成本费用利润率 60 图表 12：2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业销售利润率 61 图表 13：2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业应收账款周转率 61 图表 14：2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业流动资产周转率 62 图表 15：2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业总资产周转率 62 图表 16：2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业资产负债率 63 图表 17：2018-2022年茶饮料及其他软饮料制造业利息保障倍数 64 图表 18：2021C-BPI茶饮料行业品牌 78 图表 19：2021年康师傅广告代言人及广告主题 101 图表 20：2018-2022年Q3中国碳酸饮料产值占比变化分析 120 图表 21：2018-2022年Q3中国碳酸饮料产量状况分析 123 图表 22：2022年我国果汁饮料*** 128 图表

