

中国茶饮料市场投资现状分析及营销策略研究报告2023-2030年

产品名称	中国茶饮料市场投资现状分析及营销策略研究报告2023-2030年
公司名称	鸿晟信合研究网
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区日坛北路19号楼9层(08)(朝外孵化器0530)
联系电话	18513627985 18513627985

产品详情

中国茶饮料市场投资现状分析及营销策略研究报告2023-2030年

【全新修订】：2023年8月

【出版机构】：中赢信合研究网

【内容部分有删减·详细可参中赢信合研究网出版完整信息！】

【报告价格】：[纸质版]:6500元 [电子版]:6800元 [纸质+电子]:7000元 (可以优惠)

【服务形式】：文本+电子版+光盘

【联系人】：何晶晶 顾佳

第1章：中国茶饮料行业发展综述

1.1 茶饮料行业界定

1.1.1 茶饮料行业界定

1.1.2 茶饮料行业相似概念辨析

1.1.3 茶饮料所属的国民经济分类

1.2 茶饮料行业分类

1.3 茶饮料行业术语说明

1.4 本报告研究范围界定说明

1.5 本报告数据来源及统计标准说明

1.5.1 本报告数据来源

1.5.2 本报告研究方法及统计标准说明

第2章：中国茶饮料行业宏观环境分析（PEST）

2.1 中国茶饮料行业政策（Policy）环境分析

2.1.1 中国茶饮料行业监管体系及机构

（1）茶饮料行业主管部门

（2）茶饮料行业自律组织

2.1.2 中国茶饮料行业标准体系建设及分析

（1）中国茶饮料行业标准体系建设

（2）中国茶饮料行业现行标准分析

2.1.3 中国茶饮料行业发展相关政策规划汇总及解读

（1）中国茶饮料行业发展相关政策汇总

（2）茶饮料行业的主要政策解读

2.1.4 政策环境对中国茶饮料行业发展的影响总结

2.2 中国茶饮料行业经济（Economy）环境分析

2.2.1 中国宏观经济现状

（1）中国GDP及增长情况

（2）中国三次产业结构

（3）中国居民消费价格（CPI）

（4）中国生产者价格指数（PPI）

（5）中国工业经济增长情况

（6）中国固定资产投资情况

2.2.2 中国宏观经济发展展望

(1) 国际机构对中国GDP增速预测

(2) 对中国宏观经济指标增速预测

2.2.3 中国茶饮料行业发展与宏观经济相关性分析

2.3 中国茶饮料行业社会 (Society) 环境分析

2.3.1 中国茶饮料行业社会环境分析

(1) 中国人口规模及增速

(2) 中国城镇化水平变化

1) 中国城镇化现状

2) 中国城镇化趋势展望

(3) 中国居民人均可支配收入

(4) 中国居民人均消费支出及结构

1) 中国居民人均消费支出

2) 中国居民消费结构变化

2.3.2 社会环境对茶饮料行业的影响总结

2.4 中国茶饮料行业技术 (Technology) 环境分析

2.4.1 茶饮料产品生产工艺分析

(1) 茶饮料生产工艺分析

1) 传统茶饮料生产工艺

2) 利用茶粉或浓缩液生产茶饮料工艺

3) 利用浓缩汁生产茶饮料工艺

(2) 茶饮料加工技术分析

1) 澄清过滤技术

2) 萃取技术

3) 包装和罐藏技术

(3) 茶饮料生产工艺发展趋势

2.4.2 茶饮料产品包装技术分析

(1) 国际茶饮料包装技术分析

(2) 国内传统茶饮料包装技术分析

1) 玻璃瓶

2) 马口铁易拉罐

3) 铝质易拉罐

4) 无菌复合铝纸包

5) PET瓶

(3) 茶饮料新品包装的设计策略

(4) 茶饮料包装技术发展趋势

2.4.3 中国茶饮料行业专利发展情况

(1) 专利申请

(2) 专利授权

(3) 热门申请人

(4) 热门技术领域

2.4.4 技术环境对中国茶饮料行业的影响总结

第3章：全球茶饮料行业发展状况分析

3.1 全球茶饮料行业总体市场分析

3.1.1 全球茶饮料行业发展历程分析

3.1.2 全球茶饮料行业发展特征分析

(1) 亚洲是全球茶饮料市场的中心

(2) 越南等新兴市场的增长强劲

(3) 日本茶饮料市场增长进入颓势

3.2 全球茶饮料行业发展现状分析

3.2.1 全球茶饮料行业发展现状

(1) 全球茶饮料行业供给情况

1) 全球各个国家茶叶产量情况

(2) 全球茶饮料行业需求情况

3.2.2 全球茶饮料行业市场规模

3.2.3 全球茶饮料市场竞争状况分析

(1) 全球茶饮料企业竞争格局

(2) 全球茶饮料区域竞争格局

3.3 全球代表性区域茶饮料行业发展现状分析

3.3.1 日本茶饮料行业发展分析

(1) 日本茶叶产量分析

(2) 日本茶饮料发展现状分析

(3) 日本茶饮料发展趋势分析

3.3.2 美国茶饮料行业发展分析

(1) 美国茶叶发展现状分析

(2) 美国茶饮料发展现状分析

3.3.3 印度尼西亚茶饮料行业发展分析

(1) 印度尼西亚茶叶发展现状分析

(2) 印度尼西亚茶饮料行业发展分析

3.4 全球代表性企业茶饮料行业发展分析

3.4.1 可口可乐

(1) 企业简况分析

(2) 企业经营分析

(3) 企业产品布局

(4) 企业在华布局

3.4.2 联合利华

(1) 企业简况分析

(2) 企业经营分析

(3) 企业产品布局

(4) 企业在华布局

3.4.3 雀巢公司

(1) 企业简况分析

(2) 企业经营分析

(3) 企业产品布局

(4) 企业在华布局

3.4.4 三得利株式会社

(1) 企业简况分析

(2) 企业经营分析

(3) 企业产品布局

(4) 企业在华布局

3.5 全球茶饮料市场发展趋势分析和发展前景预测

3.5.1 全球茶饮料市场发展趋势分析

3.5.2 全球茶饮料市场发展前景预测

第4章：中国茶饮料行业发展状况分析

4.1 中国茶饮料行业发展历程

4.2 中国茶饮料行业发展特点及主要影响因素

4.2.1 中国茶饮料行业发展主要特点

4.2.2 中国茶饮料行业发展影响因素

4.3 中国茶饮料行业参与者类型及入场方式

4.4 中国茶饮料行业供需平衡分析

4.4.1 中国茶饮料行业供给情况分析

(1) 茶园种植面积及茶叶产量情况

(2) 中国饮料产量情况分析

(3) 中国茶饮料产量

4.4.2 中国茶饮料行业需求情况分析

4.5 中国茶饮料行业市场行情走势

4.6 中国茶饮料行业市场规模分析

第5章：中国茶饮料行业竞争状况及市场格局解读

5.1 中国茶饮料行业波特五力模型分析

5.1.1 现有竞争者之间的竞争

5.1.2 上游供应商议价能力分析

5.1.3 下游客户议价能力分析

5.1.4 行业潜在进入者分析

5.1.5 替代品风险分析

5.1.6 竞争情况总结

5.2 中国茶饮料行业投融资、兼并与重组状况

5.2.1 中国茶饮料行业投融资状况

(1) 中国茶饮料行业投融资主体

(2) 中国茶饮料行业投融资事件汇总

(3) 中国茶饮料行业投融资数量及金额变化趋势

5.2.2 中国茶饮料行业兼并与重组状况

(1) 中国茶饮料行业投资兼并与重组方式

(2) 中国茶饮料行业投资兼并与重组主要动因

(3) 中国茶饮料行业兼并和重组整合现状

5.3 中国茶饮料行业市场竞争格局分析

5.3.1 中国茶饮料业竞争格局分析

5.3.2 中国茶饮料业区域格局分析

5.4 中国茶饮料行业总体经营情况对比分析

5.4.1 中国茶饮料行业经济指标分析

5.4.2 中国茶饮料行业盈利能力分析

5.4.3 中国茶饮料行业运营能力分析

5.4.4 中国茶饮料行业偿债能力分析

5.4.5 中国茶饮料行业发展能力分析

第6章：中国茶饮料行业产业链及主要产品市场分析

6.1 中国茶饮料行业产业链

6.2 中国茶饮料行业主要产品结构特征

6.3 中国茶饮料行业主要产品市场分析

6.3.1 茶饮料（茶汤）市场分析

（1）茶饮料（茶汤）概念界定

（2）代表性茶饮料市场分析

6.3.2 调味茶饮料市场分析

（1）调味茶饮料总体概述

（2）调味茶饮料发展现状

6.3.3 茶浓缩液饮料市场分析

（1）茶浓缩液饮料总体概述

（2）茶浓缩技术分析

1) 真空浓缩技术

2) 冷冻浓缩技术

3) 反渗透浓缩技术

4) 纳滤浓缩技术

5) 蝶式浓缩技术

（3）茶浓缩液饮料发展现状

6.4 新式现制茶饮企业进军茶饮料行业分析

6.4.1 中国新式现制茶饮企业茶饮料市场分析

6.4.2 中国新式现制茶饮企业竞争格局

第7章：中国茶饮料行业产品营销渠道及广告策略分析

7.1 中国茶饮料行业产品营销策略分析

7.1.1 中国茶饮料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”

7.1.2 中国茶饮料行业产品销售渠道分析

- (1) 茶饮料行业各销售渠道概况
- (2) 中国茶饮料行业产品销售渠道现状
- (3) 中国茶饮料行业产品营销渠道及策略中存在的问题
- (4) 中国茶饮料行业产品销售渠道发展策略及趋势

7.2 中国茶饮料行业产品广告策略分析

7.2.1 中国茶饮料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

7.2.2 中国茶饮料行业产品市场定位分析

7.2.3 中国茶饮料行业产品广告投放策略

- (1) 电视广告
- (2) 电梯广告
- (3) KOL (关键意见) 广告

7.2.4 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

7.3 中国行业产品营销策略案例分析

7.3.1 代表性案例营销策划对比分析

7.3.2 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

1) 产品策略

2) 价格策略

3) 渠道策略

4) 整合营销传播策略

5) 康师傅营销策略对茶饮企业的启示

(2) 统一茶饮料营销策略分析

1) 营销策略

2) 竞争策略

(3) 维他ViTa茶饮料营销策略分析

1) 锁定品牌关键词

2) 跨界合作

3) 添加新元素

(4) 茶 茶饮料营销策略分析

1) 包装迎合年轻人变化的审美

2) 联合音乐偶像

3) 定为年轻群体个性化需求

第8章：中国茶饮料行业主要企业生产经营分析

8.1 茶饮料企业发展总体状况分析

8.2 传统茶饮料行业企业个案分析

8.2.1 统一企业（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) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业新发展动态分析

8.2.2 广州白云山医药集团股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.3 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) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.4 维他奶国际集团有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业新发展动态分析

8.2.5 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) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.6 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) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业新发展动态分析

8.2.7 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) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业新发展动态分析

8.3 新式茶饮行业企业个案分析

8.3.1 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

(4) 企业经营区域分布统计

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.3.2 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

(4) 企业经营区域分布统计

(5) 企业经营状况优劣势分析

第9章：中国茶饮料行业发展趋势分析与预测

9.1 中国茶饮料行业发展潜力评估

9.1.1 中国茶饮料行业发展现状总结

9.1.2 中国茶饮料行业影响因素总结

9.1.3 中国茶饮料行业盈利模式分析

(1) 产品盈利模式

(2) 渠道盈利模式

(3) 品牌盈利模式

9.1.4 中国茶饮料行业进入壁垒分析

9.1.5 中国茶饮料行业发展潜力总结

9.2 中国茶饮料行业发展前景预测

9.2.1 中国茶饮料市场发展趋势分析

(1) 销售推向二三线城市

(2) 茶饮料市场份额继续上升

(3) 茶饮料市场集中度越来越高

9.2.2 中国茶饮料市场发展前景预测

9.3 中国茶饮料行业投资分析

9.3.1 中国茶饮料行业投资机会分析

9.3.2 中国茶饮料行业投资风险分析

9.4 中国茶饮料行业投资建议和可持续发展建议

9.4.1 中国茶饮料行业投资建议

9.4.2 中国茶饮料行业可持续发展建议

图表目录

图表1：国家统计局对于茶饮料行业的分类

图表2：茶饮料产品分类

图表3：食品软包装行业术语说明

图表4：本报告研究范围界定

图表5：本报告数据资料来源汇总

图表6：本报告的主要研究方法及统计标准说明

图表7：茶饮料行业监管体系汇总

图表8：茶饮料行业主管部门

图表9：茶饮料行业自律组织

图表10：截至2023年中国茶饮料标准行业标准体系建设（单位：项）

图表11：截至2023年中国茶饮料行业现行国家标准

图表12：截至2023年中国茶饮料行业现行行业标准

图表13：截至2023年中国茶饮料行业现行企业标准（部分列举）

图表14：截至2023年中国茶饮料行业现行团体标

图表15：截至2023年中国茶饮料行业发展政策汇总

图表16：政策环境对中国茶饮料行业发展的影响总结

图表17：2010-2023年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表18：2010-2023年中国三次产业结构（单位：%）

图表19：2019-2023年中国CPI变化情况（单位：%）

图表20：2019-2023年中国PPI变化情况（单位：%）

图表21：2010-2023年中国全部工业增加值及增速（单位：万亿元，%）

图表22：2010-2023年中国固定资产投资额（不含农户）及增速（单位：万亿元，%）

图表23：部分国际机构对2024年中国GDP增速的预测（单位：%）

图表24：2024年中国宏观经济核心指标预测（单位：%）

图表25：茶饮料行业发展与宏观经济相关性分析

图表26：2011-2023年中国人口规模及自然增长率（单位：万人，‰）

图表27：2011-2023年中国城镇人口规模及城镇化率（单位：万人，%）

图表28：中国城市化进程发展阶段

图表29：2010-2023年中国居民人均可支配收入（单位：元）

图表30：2010-2023年中国居民人均消费支出（单位：元）

图表31：2013-2023年中国居民人均消费支出结构（单位：%）

图表32：社会环境对茶饮料行业发展的影响总结

图表33：传统茶饮料生产工艺步骤

图表34：利用茶粉或浓缩液生产茶饮料工艺

图表35：利用浓缩汁生产茶饮料工艺

图表36：茶饮料主流包装形式

图表37：茶饮料的品质特点

图表38：2011-2023年中国茶饮料专利申请数量变化图（单位：项）

图表39：2011-2023年中国茶饮料专利授权数量变化图（单位：项）

图表40：截至2023年中国茶饮料专利申请数各申请人（单位：项）

图表41：截至2023年中国茶饮料专利申请数小类（单位：项）

图表42：技术环境对茶饮料行业发展的影响总结

图表43：全球茶饮料行业发展历程

图表44：2017-2023年全球茶叶产销量统计情况（单位：万吨）

图表45：全球各国茶叶产量对比（单位：万吨）

图表46：2017-2023年全球茶饮料销售量（单位：亿升）

图表47：2017-2023年全球茶饮料行业市场规模（单位：亿美元）

图表48：全球茶饮料主流产品品牌及代表企业简介

图表49：2023年全球茶饮料企业市场份额（单位：%）

图表50：2023年全球茶饮料销售量区域分布（单位：%）

图表51：2017-2023年日本茶叶产量（单位：万吨）

图表52：2017-2023年日本茶饮料市场规模（单位：亿日元）

图表53：日本茶饮料行业发展趋势

图表54：2017-2023年美国茶叶进口量（单位：万吨）

图表55：2017-2023年美国茶饮料市场规模（单位：亿美元）

图表56：2018-2023年印度尼西亚茶叶产量（单位：万吨）

图表57：2016-2023年印度尼西亚茶饮料市场规模（单位：万亿印度尼西亚盾）

图表58：2016-2023年可口可乐营业收入及增速情况（单位：亿美元，%）

图表59：2016-2023年可口可乐净利润及增速情况（单位：亿美元，%）

图表60：可口可乐公司产品概览

图表61：可口可乐公司在华布局

图表62：2017-2023年联合利华营业收入及增速情况（单位：亿欧元，%）

图表63：2017-2023年联合利华净利润及增速情况（单位：亿欧元，%）

图表64：2023年联合利华产品结构（按营业收入）（单位：%）

图表65：联合利华中国大陆地区集团公司布局情况（单位：%）

图表66：2017-2023年雀巢营业收入及增速情况（单位：亿瑞士法郎，%）

图表67：雀巢公司产品概览

图表68：2023年雀巢公司产品结构（按营业收入）（单位：%）

图表69：雀巢在华布局情况

图表70：2018-2023年三得利营业收入及增速情况（单位：亿日元，%）

图表71：2018-2023年三得利营业利润及增速情况（单位：亿日元，%）

图表72：三得利公司产品概览

图表73：2023年三得利公司产品结构（按营业收入）（单位：%）

图表74：三得利在中国的布局情况

图表75：全球茶饮料市场发展趋势

图表76：2023-2030年全球茶饮料市场规模预测（单位：亿美元）

图表77：中国茶饮料市场重要的发展节点

图表78：中国茶饮料行业发展历程

图表79：中国茶饮料行业发展特点

图表80：中国茶饮料行业发展影响因素

图表81：中国茶饮料行业参与者类型

图表82：2014-2023年中国茶园种植面积及增长情况（单位：万亩，%）

图表83：2014-2023年中国干毛茶产量及增长情况（单位：万吨，%）

图表84：2017-2023年中国饮料产量及增长情况（单位：万吨，%）

图表85：中国饮料产品产量结构（单位：%）

图表86：2017-2023年中国茶饮料产量（单位：万吨）

图表87：2017-2023年中国茶饮料零售量（单位：亿升）

图表88：2023年中国茶饮料行业市场行情（单位：元/瓶）

图表89：2017-2023年中国茶饮料行业市场规模（单位：亿元）

图表90：茶饮料行业现有企业的竞争分析表

图表91：上游供应商对茶饮料产品议价能力分析表

图表92：下游消费者对茶饮料产品议价能力分析表

图表93：茶饮料行业潜在进入者威胁分析表

图表94：中国茶饮料行业五力竞争综合分析

图表95：中国茶饮料行业资金来源及投融资主体类别描述

图表96：2023年中国茶饮料行业投融资发展状况

图表97：2011-2023年中国茶饮料行业投融资数量及金额变化情况（单位：起，亿元）

图表98：茶饮料行业投资兼并与重组方式

图表99：截至2023年中国茶饮料企业收购情况汇总

图表100：2023年中国茶饮料企业市场份额（单位：%）

图表101：2023年中国茶饮料企业地区分布

图表102：2023年中国4家茶饮料上市公司业绩表现（单位：亿元，%）

图表103：2018-2023年中国主要茶饮料企业毛利率变化情况（单位：%）

图表104：2018-2023年中国主要茶饮料企业存货周转率变化情况（单位：次）

图表105：2018-2023年中国主要茶饮料企业资产负债率变化情况（单位：%）

图表106：2018-2023年中国主要茶饮料企业营业收入增长率变化情况（单位：%）

图表107：中国茶饮料行业产业链

图表108：中国茶饮料行业全景图谱

图表109：中国茶饮料市场产品结构（按茶品种分）

图表110：我国代表性红茶品牌及简介

图表111：中国绿茶饮料市场代表产品品牌简介

图表112：中国乌龙茶市场代表产品品牌及简介

图表113：中国花茶市场代表产品品牌及简介

图表114：中国调味茶饮料细分产品对比

图表115：中国调味茶市场代表产品品牌及简介

图表116：碟式浓缩机的浓缩特点

图表117：中国茶浓缩液市场代表产品品牌及简介

图表118：2018-2023年中国代表性新式茶饮品牌线下门店数量（单位：家）

图表119：中国新式现制茶饮企业茶饮料产品对比

图表120：中国新式现制茶饮行业进入茶饮料市场的优势