

2011-2015年中国茶饮料竞 争情报分析与营销策略咨询报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国茶饮料竞争情报分析与营销策略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/yinliao1102/K147750EJN.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2011-02-23

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国茶饮料竞争情报分析与营销策略咨询报告》共十二章。首先介绍了中国茶饮料行业的概念，接着分析了中国茶饮料产业行业发展环境，然后对中国茶饮料产业行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国茶饮料产业行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国茶饮料产业行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

在国外，茶饮料是20世纪90年代欧美国家发展最快的饮料。在国际上被称为“新生代饮料”，被认为符合现代人崇尚天然、绿色的消费追求。

近年来，软饮料市场结构发生了明显的变化，原来备受推崇的碳酸饮料逐渐“退烧”，而以茶饮料为代表的无糖饮品迅速崛起，成为饮料市场新的主力军。在国外，茶饮料是20世纪90年代欧美国家发展最快的饮料。在国际上被称为“新生代饮料”，被认为符合现代人崇尚天然、绿色的消费追求。

目前国内茶饮料市场品牌集中化较为明显，茶饮料是典型的双寡头垄断。康师傅一家的份额就已经接近50%，加上统一，两者合计占领份额在一二线城市接近80%。销售排名前十位的茶饮料品牌的市场份额超过96%。其中，康师傅、统一、麒麟、王老吉、三得利、雀巢等都是市场上比较强势的品牌。

第一章 2010年中国茶饮料产业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2010年中国茶饮料产业政策环境分析

第三节 2010年中国茶饮料产业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析

第二章 中国茶饮料产业发展分析

第一节 茶饮料行业发展概述

- 一、中国茶饮料十五年发展变化
- 二、茶饮料行业特征分析
- 三、驱动茶饮料行业发展的宏观因素解析

第二节 茶饮料市场结构及需求分析

- 一、茶饮料消费者需求分析
- 二、茶饮料产品结构分析
- 三、茶饮料市场结构
- 四、茶饮料市场潜力分析

第三节 茶饮料市场发展总体分析

- 一、中国茶饮料市场发展现状
- 二、健康意识助推茶饮料市场迅速增长
- 三、我国茶饮料市场发展特点
- 四、中国茶饮料口味市场发展浅析
- 五、茶饮料与果汁饮料消费需求差异对比解析

第四节 茶饮料市场存在问题及对策分析

- 一、中国茶饮料产业存在问题分析
- 二、中国茶饮料行业亟需规范化发展
- 三、我国茶饮料市场发展建议

第三章 2010年中国茶饮料市场动态分析

第一节 中国茶饮料历年消费量统计分析

- 一、茶饮料市场供需发展历程
- 二、茶饮料市场销售状况

第二节 2010年茶饮料产品用户市场调查

- 一、中国茶饮料市场品牌调查情况
- 二、茶饮料市场品牌用户关注度调查

第三节 2010年中国茶饮料市场用户关注走势调研

第四章 2010年中国茶饮料品牌市场态势分析

第一节 2010年中国茶饮料市场品牌调查

- 一、中国茶饮料市场品牌关注度比例

- 二、中国茶饮料市场品牌热门情况
- 三、中国茶饮料各品牌热门情况
- 四、各价格阶段的茶饮料市场品牌热门情况
- 第二节 不同客户购买茶饮料的影响因素分析
 - 一、价格敏感程度
 - 二、品牌的影响
 - 三、广告的影响程度
 - 四、包装的影响程度

第五章 2010年中国品牌茶饮料市场价格分析

- 第一节 中国茶饮料市场发展现状
 - 一、我国茶饮料行业概况
 - 二、中国茶饮料市场品种分析
 - 三、中国茶饮料市场消费者的需求特点
- 第二节 茶饮料价格形成机制分析
- 第三节 中国茶饮料价格走势情况
- 第四节 国产品牌茶饮料价格趋势分析

第六章 2006-2010年中国茶饮料产量统计分析

- 第一节 2006-2009年全国茶饮料产量分析
- 第二节 2010年全国及主要省份茶饮料产量分析
- 第三节 2010年茶饮料产量集中度分析

第七章 2006-2010年中国茶饮料行业主要数据监测分析

- 第一节 2006-2010年中国茶饮料行业规模分析
 - 一、企业数量增长分析
 - 二、从业人数增长分析
 - 三、资产规模增长分析
- 第二节 2010年中国茶饮料行业结构分析
 - 一、企业数量结构分析
 - 1、不同类型分析
 - 2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2006-2010年中国茶饮料行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

第四节 2006-2010年中国茶饮料行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节 2006-2010年中国茶饮料行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第八章 2006-2009年中国茶饮料进出口数据监测分析

第一节 2006-2009年中国茶饮料进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2006-2009年中国茶饮料出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2006-2009年中国茶饮料进出口平均单价分析

第四节 2006-2009年中国茶饮料进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第九章 2010年中国茶饮料产业市场竞争格局分析

第一节 2010年中国茶饮料市场竞争现状分析

一、茶饮料技术竞争分析

二、茶饮料价格竞争分析

三、茶饮料品牌竞争分析

第二节 2010年中国茶饮料产业集中度分析

一、产量集中度分析

二、生产企业集中度分析

三、市场集中度分析

第三节2010年中国茶饮料细分行业竞争优势分析

第十章2010年中国茶饮料重点企业竞争性财务数据分析

第一节浙江加多宝饮料有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节乐天澳的利饮料有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节广州顶津食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节广东加多宝饮料食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节杭州顶津食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章2010年中国茶饮料市场发展现状及趋势分析

第一节2010年中国茶饮料市场发展驱动力因素分析

一、国家政策

二、技术水平

第二节2010年中国茶饮料市场发展阻碍因素分析

一、金融危机对茶饮料产品出口形成冲击

二、行业进入壁垒

三、与国际标准仍有差距，企业国际竞争力较弱

四、售后服务体系仍需完善

第三节2011-2015年中国茶饮料市场发展趋势分析

第十二章2011-2015年中国茶饮料行业趋势探讨

第一节2011-2015年中国茶饮料行业发展趋势

一、中国茶饮料行业的发展展望

二、茶饮料产品发展趋势

第二节2011-2015年中国茶饮料行业的发展趋势

一、中国茶饮料行业发展展望

二、茶饮料行业的主要发展方向

三、茶饮料市场空间将进一步扩展

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据

主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yinliao1102/K147750EJN.html>