

# 2011-2015年中国茶饮料行业 市场供需分析及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2011-2015年中国茶饮料行业市场供需分析及投资前景研究报告》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/yinliao1111/5912853RGW.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7500元

【出版日期】2011-11-23

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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年中国茶饮料行业市场供需分析及投资前景研究报告》共九章。介绍了茶饮料行业相关概述、中国茶饮料产业运行环境、分析了中国茶饮料行业的现状、中国茶饮料行业竞争格局、对中国茶饮料行业做了重点企业经营状况分析及中国茶饮料产业发展前景与投资预测。您若想对茶饮料产业有个系统的了解或者想投资茶饮料行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

茶饮料是软饮料的一种，是以茶叶的水提取液或浓缩液、速溶茶粉为原料，经加工、调配等工序制成的。茶多酚和咖啡因是茶饮料的特征性指标，是保证茶饮品品质的关键指标。按茶饮料原辅料不同可将其分为茶汤饮料和调味茶饮料。茶汤饮料又分为浓茶型和淡茶型；调味茶饮料还可分为果味茶饮料、果汁茶饮料、碳酸茶饮料、奶味茶饮料及其它茶饮料。按原料茶叶的类型又可分为红茶饮料、乌龙茶饮料、绿茶饮料和花茶饮料等。

博思数据研究中心信息显示：饮茶是中国人首创的，但茶饮料却源于美国。20世纪70年代后期，茶饮料在日本和中国台湾省开始进入工业化生产，并逐渐在饮料市场上大行其道。中国大陆的茶饮料开始于80年代中后期，大规模生产则应从20世纪90年代中期旭日升集团推出冰茶开始算起。此后，茶饮料逐渐被中国消费者认同并接受。

| 2006-2010年茶饮料及销售额 |       | 2006年   | 2007年 | 2008年 | 2009 |     |     |
|-------------------|-------|---------|-------|-------|------|-----|-----|
| 年                 | 2010年 | 销售额（亿元） | 343   | 372   | 409  | 430 | 482 |

## 茶饮料市场竞争特点

### （1）市场竞争趋于白热化

消费者健康需求的提升促使茶饮料市场竞争趋于白热化。最突出的表现就是茶饮料产品纷纷“换装 降价”。康师傅绿茶作为茶饮料的经典，换了全新包装：将瓶体变为切割瓶体，整体外包装更具流线型；其他品牌更是“瘦身”忙：雀巢冰爽茶推出480ml的新装，康师傅冰红茶由500ml降至490ml……面对逐渐加大的成本压力，饮料企业也只有通过“变相涨价”来保证利润，同时也不“激怒”消费者。

### （2）市场格局变成多品类并存

在健康做主的当今社会，茶饮料的特性符合了社会发展的需求。所以，清淡口味的茶饮料在各大城市销售较好。传统茶饮料、保健茶饮料、“药”味茶饮料都凭着各自的优

势赢得了一定的市场占有率。其中，不少茶饮料都极力宣扬低糖（无糖）低脂、清热降火的保健作用。在热销品牌中，老牌茶饮料显示出了强大的品牌号召力，传统茶饮料仍以康师傅绿茶、统一茶里王等几大主流品牌为代表，而凉茶产品则是王老吉首当其冲。

### （3）茶饮料抢市机会非常大

即开型茶饮料的消费者占居民总体的35%，已成饮料业的主流品种。即开型茶饮料与其他饮料之间存在着极大数量的交叉消费者。在即开型茶饮料的重度消费者中，分别有49.6%和34.5%为可乐和碳酸饮料的重度消费者；而可乐和碳酸饮料的重度消费者中，分别只有19.5%和23%为茶饮料的重度消费者，表明随着消费者健康意识的增强，茶饮料从其他类饮料消费者中争取市场份额的机会非常大。

### （4）茶饮料市场门槛逐渐提高

随着茶饮料标准征求意见稿的出炉，标准正式出台的日子越来越近。新的茶饮料国家标准将对茶饮料的名称、范围和功效进行详细规定。如对添加特殊果汁的茶饮料，原果汁含量未达到5%时，可归属于果味茶饮料，对茶多酚含量达不到要求的产品，划为“茶味饮料”。门槛不断提高，市场竞争加剧，市场对企业 and 产品个性化、差异化的要求也越来越高，企业只有不断创新，才有发展。

## 目 录

### 第一章 茶饮料行业定义及地位 1

#### 第一节 “十一五”期间茶饮料行业在国民经济中的地位分析 1

#### 第二节 “十一五”期间茶饮料行业发展速度与GDP增速对比 2

#### 第三节 “十一五”期间茶饮料行业发展速度与固定资产投资增速对比 2

#### 第四节 “十一五”期间茶饮料行业发展速度与工业增加值增速对比 3

### 第二章 茶饮料行业“十一五”发展回顾 4

#### 第一节 “十一五”期间茶饮料行业发展成就 4

#### 第二节 “十一五”期间茶饮料整体行业能耗及节能减排情况 5

#### 第三节 “十一五”期间茶饮料行业发展存在的问题 6

#### 第四节 “十一五”期间茶饮料行业技术发展情况 7

### 第三章 茶饮料行业企业“十一五”期间主要经济指标分析 12

#### 第一节“十一五”期间茶饮料行业销售情况分析 12

#### 第二节“十一五”期间茶饮料行业负债情况分析 12

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 第三节 “十一五”期间茶饮料行业资产及变化趋势分析    | 13 |
| 第四节 “十一五”期间茶饮料行业利润及变化趋势分析    | 13 |
| 第五节 “十一五”期间茶饮料行业工业总产值及变化趋势分析 | 14 |

#### 第四章 茶饮料行业企业“十一五”期间分区域运行情况 15

##### 一、“十一五”华北地区茶饮料行业运行情况分析 15

###### （一）主要经济指标分析 15

###### （二）经营能力分析 15

###### （三）盈利能力分析 16

###### （三）偿债能力分析 16

###### （四）发展能力分析 17

##### 二、“十一五”东北地区茶饮料行业运行情况分析 17

###### （一）主要经济指标分析 17

###### （二）经营能力分析 18

###### （三）盈利能力分析 18

###### （三）偿债能力分析 19

###### （四）发展能力分析 19

##### 三、“十一五”华东地区茶饮料行业运行情况分析 20

###### （一）主要经济指标分析 20

###### （二）经营能力分析 20

###### （三）盈利能力分析 21

###### （三）偿债能力分析 21

###### （四）发展能力分析 22

##### 四、“十一五”华南地区茶饮料行业运行情况分析 22

###### （一）主要经济指标分析 22

###### （二）经营能力分析 23

###### （三）盈利能力分析 23

###### （三）偿债能力分析 24

###### （四）发展能力分析 24

##### 五、“十一五”西南地区茶饮料行业运行情况分析 25

###### （一）主要经济指标分析 25

###### （二）经营能力分析 25

(三) 盈利能力分析 26

(三) 偿债能力分析 26

(四) 发展能力分析 27

六、&ldquo;十一五&rdquo;西北地区茶饮料行业运行情况分析 27

(一) 主要经济指标分析 27

(二) 经营能力分析 28

(三) 盈利能力分析 28

(三) 偿债能力分析 29

(四) 发展能力分析 29

第五章&ldquo;十一五&rdquo;茶饮料行业企业增长情况 30

第一节&ldquo;十一五&rdquo;茶饮料行业企业总体增长情况 30

第二节&ldquo;十一五&rdquo;期间茶饮料行业不同规模企业增长情况 30

一、2010年茶饮料行业不同所有制企业结构 30

二、&ldquo;十一五&rdquo;期间茶饮料行业国有企业数量增长 31

三、&ldquo;十一五&rdquo;期间茶饮料行业集体企业数量增长 31

四、&ldquo;十一五&rdquo;期间茶饮料行业股份合作企业数量增长 31

五、&ldquo;十一五&rdquo;期间茶饮料行业股份制企业数量增长 32

六、&ldquo;十一五&rdquo;期间茶饮料行业私营企业数量增长 32

七、&ldquo;十一五&rdquo;期间茶饮料行业外商和港澳台投资企业数量增长 32

八、&ldquo;十一五&rdquo;期间茶饮料行业其他数量增长 33

第三节&ldquo;十一五&rdquo;期间不同所有制企业增长情况 33

一、2010年茶饮料行业不同规模企业结构 33

二、&ldquo;十一五&rdquo;期间茶饮料行业大型企业数量增长 34

三、&ldquo;十一五&rdquo;期间茶饮料行业中型企业数量增长 34

四、&ldquo;十一五&rdquo;期间茶饮料行业小型企业数量增长 34

第六章 &ldquo;十二五&rdquo;期间茶饮料行业领先企业研究 36

第一节 领先企业分析 36

1. 浙江加多宝饮料有限公司 36

2. 乐天澳的利饮料有限公司 38

3. 广州顶津食品有限公司 40

- 4. 广东加多宝饮料食品有限公司 42
- 5. 福建加多宝饮料有限公司 45
- 6. 杭州顶津食品有限公司 47
- 7. 天津顶津食品有限公司 49
- 8. 红牛维他命饮料有限公司 51
- 9. 浙江娃哈哈昌盛饮料集团有限公司 54
- 10. 湖北华彬食品饮料有限公司 56

## 第二节 集团企业制定“十二五”规划指导 58

- 一、“十一五”战略规划回顾和效果评估 58
- 二、“十二五”规划编制的指导思想和发展思路 60
- 三、“十二五”规划编制的基本出发点 61
- 四、“十二五”规划编制的流程 62
- 五、“十二五”规划编制的基础和方法 67
- 六、“十二五”规划编制的成果体现 69
- 七、“十二五”规划编制的内容 69

## 第七章 “十二五”期间茶饮料行业发展环境分析 92

### 第一节 “十二五”期间宏观经济环境分析 92

- 一、“十二五”期间GDP增速预测 92
- 二、“十二五”期间固定资产投资预测 93
- 三、“十二五”期间我国经济结构转型预测 96

### 第二节 “十二五”期间其他环境及影响因素分析 98

- 一、能源价格分析 98
- 二、全球贸易预测 99

## 第八章 茶饮料行业“十二五”发展预测分析 101

### 第一节 茶饮料行业“十二五”供需格局预测 101

- 一、茶饮料行业“十二五”供给形势预测分析 101
  - 1、主要供给指标预测 101
  - 2、影响供给重大因素 101
- 二、茶饮料行业“十二五”需求形势预测分析 102
  - 1、主要需求指标预测 102

## 2、影响需求重大因素 103

### 第二节 茶饮料行业“十二五”进出口形势预测 104

#### 一、进口形式预测 104

#### 二、出口形式预测 105

#### 三、进出口影响因素分析 105

### 第三节 茶饮料行业“十二五”价格走势预测 106

#### 一、茶饮料行业价格指数预测 106

#### 二、影响价格的主要因素分析 106

## 第九章 “十二五”期间茶饮料行业主要经济指标增长预测 107

### 第一节 “十二五”期间茶饮料行业资产及增长预测 107

### 第二节 “十二五”期间茶饮料行业销售收入及增长预测 107

### 第三节 “十二五”期间影响茶饮料行业工业总产值及增长预测 108

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/yinliao1111/5912853RGW.html>