

2014-2020年中国茶饮料市 场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2020年中国茶饮料市场分析与投资前景研究报告》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/yinliao1410/Y67504FPO0.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-10-21

【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

报告说明:

博思数据发布的《2014-2020年中国茶饮料市场分析与投资前景研究报告》共十章。首先介绍了茶饮料的概念、成分、分类以及生产工艺流程等，接着分析了国内外软饮料行业的发展与中国茶饮料行业的发展现状，然后对中国茶饮料及其他软饮料制造行业的财务状况做了细致分析，并介绍了凉茶市场的运行情况。随后，报告对中国茶饮料行业做了竞争分析、营销案例分析、替代品发展分析及未来前景分析，最后分析了茶饮料行业国内外重点企业的运营状况。

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。

中国茶饮料市场自1993年起步，2001年开始进入快速发展期。2007年中国茶饮料市场销量达998亿箱，其中绿茶饮料占据42%的市场，红茶饮料的份额高达47%。中国茶饮料消费市场几乎以每年30%的速度增长，占中国饮料消费市场份额的20%。到2009年，中国茶饮料产量已超过700万吨，茶饮料行业成为中国传统茶产业的支柱。

中国茶饮料迅速发展的原因在于，一方面，中国茶叶资源十分丰富，饮茶是中国人的固有文化和生活习惯，长期以来，中国人将茶作为“国饮”；另一方面，茶饮料和茶一样，富含多种对人体有益的物质，能够解渴、提神、有助于健康；再者，追求更好的生活质量和生活品质的价值观也在无形中推动着茶饮料市场的不断扩大。

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、加多宝、王老吉、雀巢等都是市场上比较强势的品牌。

当前，我国着重调整饮料产品结构，降低碳酸饮料的比例，重点发展果蔬汁饮料、植物蛋白饮料和茶饮料等产品，未来茶饮料、果汁等健康饮料将是中国饮料市场发展的必然方向。

报告目录

第一章 茶饮料概念及工艺技术分析

1.1 茶饮料的成分及分类

- 1.1.1 茶饮料的概念
- 1.1.2 茶饮料的主要成分
- 1.1.3 茶饮料的分类
- 1.1.4 其它几种茶饮料
- 1.2 茶饮料品质影响因素及生产工艺流程
 - 1.2.1 影响茶饮料品质的因素
 - 1.2.2 茶饮料生产工艺要点
 - 1.2.3 茶饮料的生产模式
 - 1.2.4 各式茶饮料生产工艺流程
- 1.3 茶饮料工艺技术及发展应用
 - 1.3.1 茶汤萃取工艺概述
 - 1.3.2 茶饮料的热澄清工艺
 - 1.3.3 罐装液态茶饮料加工技术
 - 1.3.4 速溶茶粉在纯茶饮料中的应用
 - 1.3.5 灌装茶工艺的对比分析

第二章 2012-2014年软饮料行业分析

- 2.1 2012-2014年世界软饮料行业发展状况
 - 2.1.1 全球软饮料市场缓慢复苏
 - 2.1.2 国际软饮料包装材料的发展变化
 - 2.1.3 全球功能饮料销售状况分析
 - 2.1.4 全球软饮料市场发展趋势预测
- 2.2 2012-2014年中国软饮料行业发展分析
 - 2.2.1 中国软饮料行业的发展特征
 - 2.2.2 2012年中国软饮料生产状况分析
 - 2.2.3 2012年中国软饮料消费者调查分析
 - 2.2.4 2013年中国软饮料市场发展分析
 - 2.2.5 2014年上半年中国软饮料市场发展动态
- 2.3 2012-2014年中国软饮料市场竞争分析
 - 2.3.1 软饮料行业的竞争力评析
 - 2.3.2 中国软饮料市场竞争程度剖析
 - 2.3.3 特殊用途饮料成软饮料市场竞争的蓝海

- 2.3.4 2012年中国软饮料市场竞争格局
- 2.3.5 2013年中国软饮料市场竞争态势
- 2.4 中国软饮料市场营销分析
 - 2.4.1 软饮料行业网络广告投放状况分析
 - 2.4.2 软饮料业大平台大营销策略的实践分析
 - 2.4.3 2012年饮料行业广告营销分析
 - 2.4.4 饮料企业品牌营销运作存在的问题及对策
 - 2.4.5 软饮料市场的差异化营销策略分析

第三章 2012-2014年中国茶饮料行业分析

- 3.1 茶饮料行业发展概述
 - 3.1.1 中国茶饮料发展变化回顾
 - 3.1.2 中国茶饮料行业发展现状
 - 3.1.3 茶饮料行业特征分析
 - 3.1.4 驱动茶饮料行业发展的宏观因素解析
- 3.2 茶饮料市场发展总体分析
 - 3.2.1 中国茶饮料市场发展综述
 - 3.2.2 中国茶饮料市场发展的特点
 - 3.2.3 茶饮料市场消费者需求特征透析
 - 3.2.4 中国茶饮料市场产品结构分析
- 3.3 2012-2014年茶饮料市场发展分析
 - 3.3.1 2012年中国茶饮料进入成熟期
 - 3.3.2 2013年中国茶饮料市场发展分析
 - 3.3.3 2014年中国茶饮料市场发展动态
- 3.4 茶饮料市场存在问题及对策分析
 - 3.4.1 中国茶饮料产业存在的问题分析
 - 3.4.2 技术质量问题制约茶饮料发展
 - 3.4.3 中国茶饮料市场发展的建议

第四章 中国茶饮料及其他软饮料制造行业财务状况

- 4.1 中国茶饮料及其他软饮料制造行业经济规模
 - 4.1.1 2010-2014年6月茶饮料及其他软饮料制造业销售规模

- 4.1.2 2010-2014年6月茶饮料及其他软饮料制造业利润规模
- 4.1.3 2010-2014年6月茶饮料及其他软饮料制造业资产规模
- 4.2 中国茶饮料及其他软饮料制造行业盈利能力指标分析
 - 4.2.1 2010-2014年6月茶饮料及其他软饮料制造业亏损面
 - 4.2.2 2010-2014年6月茶饮料及其他软饮料制造业销售毛利率
 - 4.2.3 2010-2014年6月茶饮料及其他软饮料制造业成本费用利润率
 - 4.2.4 2010-2014年6月茶饮料及其他软饮料制造业销售利润率
- 4.3 中国茶饮料及其他软饮料制造行业营运能力指标分析
 - 4.3.1 2010-2014年6月茶饮料及其他软饮料制造业应收账款周转率
 - 4.3.2 2010-2014年6月茶饮料及其他软饮料制造业流动资产周转率
 - 4.3.3 2010-2014年6月茶饮料及其他软饮料制造业总资产周转率
- 4.4 中国茶饮料及其他软饮料制造行业偿债能力指标分析
 - 4.4.1 2010-2014年6月茶饮料及其他软饮料制造业资产负债率
 - 4.4.2 2010-2014年6月茶饮料及其他软饮料制造业利息保障倍数
- 4.5 中国茶饮料及其他软饮料制造行业财务状况综合评价
 - 4.5.1 茶饮料及其他软饮料制造业财务状况综合评价
 - 4.5.2 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

第五章 2012-2014年中国凉茶市场分析

- 5.1 2012-2014年凉茶市场状况综述
 - 5.1.1 中国凉茶市场发展概述
 - 5.1.2 中国凉茶产业规模持续扩大
 - 5.1.3 2012年凉茶成为最畅销灌装饮品
 - 5.1.4 凉茶市场发展机会探析
- 5.2 广东凉茶市场分析
 - 5.2.1 广东凉茶市场发展现状
 - 5.2.2 广东凉茶市场良莠不齐
 - 5.2.3 2012年广东凉茶市场发展状况分析
- 5.3 2012-2014年凉茶市场竞争分析
 - 5.3.1 凉茶市场竞争历程分析
 - 5.3.2 霸王引发凉茶市场新一轮混战
 - 5.3.3 中国凉茶市场竞争升级

- 5.3.4 凉茶品牌竞争状况分析
- 5.3.5 两大凉茶新品的竞争手段解析
- 5.4 凉茶市场存在的问题及策略分析
 - 5.4.1 凉茶市场同质化现象严重
 - 5.4.2 凉茶业QS认证面临的问题
 - 5.4.3 国内多数凉茶企业经营状况欠佳
 - 5.4.4 凉茶饮料业发展障碍及对策分析
 - 5.4.5 中国凉茶市场根据地战略分析

第六章 2012-2014年茶饮料行业竞争分析

- 6.1 2012-2014年茶饮料行业竞争格局分析
 - 6.1.1 中国茶饮料行业龙头企业简述
 - 6.1.2 茶饮料行业的竞争特点分析
 - 6.1.3 中国茶饮料市场竞争简况
 - 6.1.4 茶饮料竞争焦点转向新包装与新品种
 - 6.1.5 瓶装奶茶竞争升级
- 6.2 茶饮料市场竞争群体详解
 - 6.2.1 市场先行者：旭日升
 - 6.2.2 市场领导者：康师傅和统一
 - 6.2.3 市场挑战者：可口可乐
 - 6.2.4 其它市场追随者
- 6.3 茶饮料行业的SWOT剖析
 - 6.3.1 优势分析
 - 6.3.2 劣势分析
 - 6.3.3 机遇分析
 - 6.3.4 挑战分析
- 6.4 茶饮料行业竞争力提升策略分析
 - 6.4.1 增长型战略（SO）
 - 6.4.2 多种经营战略（ST）
 - 6.4.3 扭转型战略（WO）
 - 6.4.4 防御性战略（WT）
- 6.5 茶饮料市场竞争中的营销对策分析

- 6.5.1 茶饮料品牌文化营销解析
- 6.5.2 茶饮料市场营销竞争策略
- 6.5.3 茶饮料广告策略分析
- 6.5.4 茶饮料产品策略分析
- 6.5.5 茶饮料三优先销售策略解析

第七章 2012-2014年茶饮料行业营销分析

- 7.1 旭日升集团营销案例分析
 - 7.1.1 旭日升发展阶段及衰败原因分析
 - 7.1.2 旭日升营销管理失误分析
 - 7.1.3 旭日升归来背后的“三板斧”策略分析
 - 7.1.4 2012年旭日升品牌回归策略
- 7.2 康师傅营销策略分析
 - 7.2.1 康师傅茶饮料市场多品牌战略
 - 7.2.2 康师傅茶饮料的营销策略组合
 - 7.2.3 康师傅茶饮料营销对茶饮企业的启迪
 - 7.2.4 康师傅饮料的“再来一瓶”营销策略解析
 - 7.2.5 康师傅茶饮料的“美丽营销”战术分析
- 7.3 统一茶饮料市场营销分析
 - 7.3.1 统一茶饮料的产品促销策略分析
 - 7.3.2 统一茶饮料的竞争战略解析
 - 7.3.3 统一茶饮料市场营销战略透析
 - 7.3.4 “统一冰醇茉莉”推广案例分析
- 7.4 娃哈哈营销策略分析
 - 7.4.1 娃哈哈的品牌营销分析
 - 7.4.2 娃哈哈茶饮料的推广方法解析
 - 7.4.3 娃哈哈“两会网络营销”植入解析
 - 7.4.4 娃哈哈的渠道模式分析
- 7.5 王老吉
 - 7.5.1 王老吉营销策略综述
 - 7.5.2 王老吉网络营销推广方案简述
 - 7.5.3 以CSR战略角度透视王老吉的亚运营销

7.5.4 王老吉与加多宝的品牌营销策略对比分析

第八章 2012-2014年茶饮料市场替代产品发展分析

8.1 碳酸饮料

8.1.1 中国碳酸饮料产值占比变化分析

8.1.2 2012年中国碳酸饮料产量统计

8.1.3 2013年碳酸饮料市场发展状况

8.1.4 碳酸饮料市场中外品牌的营销对垒

8.1.5 本土碳酸饮料企业发展路径选择

8.2 果汁饮料

8.2.1 中国果汁饮料行业发展综述

8.2.2 中国果汁饮料市场的特点分析

8.2.3 果汁饮料企业主打创新牌

8.2.4 果汁饮料品牌受欢迎程度比较

8.2.5 促进中国果汁饮料工业快速发展的建议

8.2.6 果汁饮料行业未来发展热点

8.3 乳品饮料

8.3.1 中国含乳饮料行业发展综述

8.3.2 2012年中国乳饮料市场分析

8.3.3 2013年中国乳饮料生产状况

8.3.4 中国功能化乳饮料细分分析

8.3.5 果粒酸乳饮料成市场热点

8.3.6 主要含乳饮料产品及其营销概况

8.3.7 含乳饮料的市场定位与品牌塑造策略

8.3.8 未来中国乳饮料发展趋势探析

8.4 包装饮用水

8.4.1 包装饮用水市场综合分析

8.4.2 中国饮用水行业步入成熟阶段

8.4.3 2012年中国瓶装饮用水产量统计

8.4.4 中国瓶装水品牌竞争格局剖析

8.4.5 体育营销成为饮用水行业竞争焦点

第九章 博思数据关于茶饮料市场投资及前景分析

9.1 软饮料行业发展前景分析

9.1.1 软饮料行业发展优势及空间分析

9.1.2 未来软饮料业将步入重构时期

9.1.3 中国软饮料市场竞争趋势分析

9.2 茶饮料行业投资机会分析

9.2.1 茶饮料厂商面临大好机遇

9.2.2 茶饮料新品催生创业机会

9.2.3 茶饮料产品的投资开发方向

9.3 茶饮料行业前景预测

9.3.1 中国茶饮料市场未来前景展望

9.3.2 无糖茶饮料市场前景分析

9.3.3 纯茶饮料发展趋势预测

9.3.4 中草药保健茶发展前景广阔

9.4 2014-2020年中国茶饮料及其他软饮料制造业预测分析

9.4.1 2014-2020年中国茶饮料及其他软饮料制造业收入预测分析

9.4.2 2014-2020年中国茶饮料及其他软饮料制造业利润预测分析

9.4.3 2014-2020年中国茶饮料及其他软饮料制造业产值预测分析

第十章 2011-2014年国内外茶饮料行业重点上市公司

10.1 可口可乐

10.1.1 公司简介

10.1.2 2012年可口可乐公司经营状况

10.1.3 2013年可口可乐公司经营状况

10.1.4 2014年上半年可口可乐公司经营状况

10.2 百事可乐

10.2.1 公司简介

10.2.2 2012年百事公司经营状况

10.2.3 2013年百事公司经营状况

10.2.4 2014年上半年百事公司经营状况

10.3 康师傅控股有限公司

10.3.1 公司简介

- 10.3.2 2012年1-12月康师傅经营状况分析
- 10.3.3 2013年1-12月康师傅经营状况分析
- 10.3.4 2014年1-6月康师傅经营状况分析
- 10.4 统一企业股份有限公司
 - 10.4.1 公司简介
 - 10.4.2 2012年1-12月统一企业经营状况分析
 - 10.4.3 2013年1-12月统一企业经营状况分析
 - 10.4.4 2014年1-6月统一企业经营状况分析
- 10.5 深圳市深宝实业股份有限公司
 - 10.5.1 公司简介
 - 10.5.2 2012年1-12月深深宝A经营状况分析
 - 10.5.3 2013年1-12月深深宝A经营状况分析
 - 10.5.4 2014年1-6月深深宝A经营状况分析
- 10.6 广州药业股份有限公司
 - 10.6.1 公司简介
 - 10.6.2 2012年1-12月广州药业经营状况分析
 - 10.6.3 2013年1-12月广州药业经营状况分析
 - 10.6.4 2014年1-6月广州药业经营状况分析

附录：

附录一：软饮料的分类标准

附录二：茶饮料生产许可证审查细则

附录三：茶饮料国家标准

图表目录

图表 2010-2012年美国功能饮料市场领先品牌

图表 2012年中国软饮料产量分月度统计

图表 2012年中国软饮料产量分省份统计

图表 2012年各品牌软饮料消费者满意度排序

图表 软饮料行业竞争模型

图表 软饮料行业网络广告投放数量及金额

图表 软饮料行业网络广告投放TOP10企业

图表 软饮料行业广告主对各网络媒体的投放金额

图表 消费者对饮料细分市场的心理

图表 茶饮料工业国内外发展历程简图

图表 茶饮料品牌数和商品种类折线图

图表 2012年全国茶饮料及其它饮料产销总值的统计数据

图表 2010-2014年6月茶饮料及其他软饮料制造业销售收入

图表 2010-2013年茶饮料及其他软饮料制造业销售收入增长趋势图

图表 2012-2013年12月茶饮料及其他软饮料制造业不同规模企业销售额

图表 2013年1-12月茶饮料及其他软饮料制造业不同规模企业销售额对比图

图表 2014年1-6月茶饮料及其他软饮料制造业不同规模企业销售额

图表 2014年1-6月茶饮料及其他软饮料制造业不同规模企业销售额对比图

图表 2012-2013年12月茶饮料及其他软饮料制造业不同所有制企业销售额

图表 2013年1-12月茶饮料及其他软饮料制造业不同所有制企业销售额对比图

图表 2014年1-6月茶饮料及其他软饮料制造业不同所有制企业销售额

图表 2014年1-6月茶饮料及其他软饮料制造业不同所有制企业销售额对比图

图表 2010-2014年6月茶饮料及其他软饮料制造业利润总额

图表 2010-2013年茶饮料及其他软饮料制造业利润总额增长趋势图

图表 2012-2013年12月茶饮料及其他软饮料制造业不同规模企业利润总额

图表 2013年1-12月茶饮料及其他软饮料制造业不同规模企业利润总额对比图

图表 2014年1-6月茶饮料及其他软饮料制造业不同规模企业利润总额

图表 2014年1-6月茶饮料及其他软饮料制造业不同规模企业利润总额对比图

图表 2012-2013年12月茶饮料及其他软饮料制造业不同所有制企业利润总额

图表 2014年1-6月茶饮料及其他软饮料制造业不同所有制企业利润总额

图表 2014年1-6月茶饮料及其他软饮料制造业不同所有制企业利润总额对比图

图表 2010-2014年6月茶饮料及其他软饮料制造业资产总额

图表 2010-2013年茶饮料及其他软饮料制造业总资产增长趋势图

图表 截至2014年6月底茶饮料及其他软饮料制造业不同规模企业总资产

图表 截至2014年6月底茶饮料及其他软饮料制造业不同规模企业总资产对比图

图表 截至2014年6月底茶饮料及其他软饮料制造业不同所有制企业总资产

图表 截至2014年6月底茶饮料及其他软饮料制造业不同所有制企业总资产对比图

图表 2010-2014年6月茶饮料及其他软饮料制造业亏损面

图表 2010-2014年6月茶饮料及其他软饮料制造业亏损企业亏损总额

图表 2010-2013年茶饮料及其他软饮料制造业销售毛利率趋势图

图表 2010-2014年1-6月茶饮料及其他软饮料制造业成本费用率

图表 2010-2013年茶饮料及其他软饮料制造业成本费用利润率趋势图

图表 2010-2013年茶饮料及其他软饮料制造业销售利润率趋势图

图表 2010-2013年茶饮料及其他软饮料制造业应收账款周转率对比图

图表 2010-2013年茶饮料及其他软饮料制造业流动资产周转率对比图

图表 2010-2013年茶饮料及其他软饮料制造业总资产周转率对比图

图表 2010-2013年茶饮料及其他软饮料制造业资产负债率对比图

图表 2010-2014年6月茶饮料及其他软饮料制造业利息保障倍数对比图

图表 茶饮料业的优势分析——基于波特的“五力模型”框架

图表 茶饮料业的劣势分析——基于波特的“五力模型”框架

图表 茶饮料产业核心竞争力SWOT分析

图表 茶饮料产业竞争力提升策略组合表

图表 新浪两会专题“栏头”植入

图表 新浪两会专题热点话题植入

图表 新浪两会专题提案议案植入

图表 王老吉品牌发展历程

图表 加多宝广告描述

图表 21世纪初期的王老吉红罐凉茶SWOT分析

图表 拥有新定位的王老吉4P分析

图表 2002-2011年王老吉红罐凉茶广告投入

图表 2002-2011年王老吉红罐凉茶电视广告投放频道及花费

图表 中央1套王老吉广告黄金时段分布

图表 王老吉包装过渡

图表 2012年6-12月北京市场王老吉和加多宝GRP

图表 2012年6-12月王老吉和加多宝广告投放额

图表 2012年6-12月王老吉和加多宝广告投放频道及金额

图表 2012年10月底加多宝凉茶广州地区广告认知度

图表 2006-2011年碳酸饮料的产值占比变化

图表 2011年中国碳酸饮料类（汽水）产量按地区统计

图表 2011年全国碳酸饮料行业销售收入区域分布

图表 2012年中国碳酸饮料类（汽水）产量分月度统计

图表 大学生最喜爱的果汁饮料品牌

图表 大学生果汁型饮料喜好度排名情况

图表 2012年1-12月份全国含乳饮料和植物蛋白饮料制造总产值（分省市）

图表 营养快线产品系列化示意

图表 营养快线与果粒奶优的对比

图表 2012年中国瓶（罐）装饮用水产量分月份统计

图表 2014-2020年中国茶饮料及其他软饮料制造行业产品销售收入预测

图表 2014-2020年中国茶饮料及其他软饮料制造行业累计利润总额预测

图表 2010-2012年可口可乐公司综合损益表

图表 2010-2012年可口可乐公司分地区收入情况

图表 2012-2013年可口可乐公司综合损益表

图表 2013-2014年可口可乐公司综合损益表

图表 2011-2012年百事公司综合损益表

图表 2011-2012年百事公司分地区收入情况

图表 2012-2013年百事公司综合损益表

图表 2012-2013年百事公司分地区收入情况

图表 2013-2014年上半年百事公司综合损益表

图表 2013-2014年上半年百事公司分地区收入情况

图表 2011-2012年康师傅简明综合收益表

图表 2012年1-12月康师傅分部资料

图表 2012-2013年康师傅简明综合收益表

图表 2013年康师傅分部资料

图表 2013-2014年上半年康师傅简明综合收益表

图表 2011-2012年统一企业综合全面收益表

图表 2012年1-12月统一企业分部资料

图表 2012-2013年统一企业综合全面收益表

图表 2013年1-12月统一企业分部资料

图表 2013-2014年上半年统一企业综合全面收益表

图表 2013-2014年上半年统一企业分部资料

图表 2010-2012年深深宝A非经常性损益项目及金额

图表 2010-2012年深深宝A主要会计数据和主要财务指标

图表 2012年1-12月深深宝A主营业务分行业、产品情况

图表 2012年1-12月深深宝A主营业务分地区情况

图表 2013年1-12月深深宝A主要会计数据及财务指标

图表 2013年1-12月深深宝A非经常性损益项目及金额

图表 2014年1-6月深深宝A非经常性损益项目及金额

图表 2014年1-6月深深宝A主要会计数据和主要财务指标

图表 2010-2012年广州药业非经常性损益项目及金额

图表 2010-2012年广州药业主要会计数据和主要财务指标

图表 2012年1-12月广州药业主营业务分行业、产品情况

图表 2012年1-12月广州药业主营业务分地区情况

图表 2013年1-12月广州药业主要会计数据及财务指标

图表 2013年1-12月广州药业非经常性损益项目及金额

图表 2014年1-6月广州药业主要财务数据

图表 2014年1-6月广州药业非经常性损益项目及金额

图表 茶饮料产品质量检验项目表

图表 茶饮料理化指标

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、中国饮料工业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对茶饮料行业有个系统深入的了解、或者想投资茶饮料行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yinliao1410/Y67504FPO0.html>