2024-2030年中国茶饮料行业发展态势与产业竞争格局报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国茶饮料行业发展态势与产业竞争格局报告》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.cction.com/report/202407/463837.html

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司
订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838
海外报告销售: 010-69365838
Email: kefu@gonyn.com
联系人：李经理

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。

二、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2024-2030年中国茶饮料行业发展态势与产业竞争格局报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

茶饮料行业属于快消品行业中的一员。目前，中国茶饮料产业链建立完善，行业内存在数家巨头企业，业内企业竞争相对较为激烈。行业投资者数量众多。另外，从近几年中国茶饮料行业投融资情况来看，行业平均投融资规模较高，投资热度处于高涨时期，许多投资者看重快消品行业投资回报速率较快的特点而进入茶饮料行业。综合来看，目前行业处于成熟期。其中2021年我国茶饮料投资规模在1080.73亿元。

未来随着社会发展，消费水平逐步提升，消费者们消费逐渐升级，中国茶饮料行业同样持续增长，其中新式现制茶饮成为茶饮料行业快速增长的动力，预计2022-2027年，中国茶饮料行业的投资规模年复合增长率（CAGR）为1.5%，到2027年中国茶饮料行业投资规模有望达到1241亿元。

报告目录：

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 茶饮料行业专业术语说明
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 本报告权威数据来源
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
5.2.2 中国茶饮料行业兼并与重组状况
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（关键意见领袖）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π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 传统茶饮料行业领先企业个案分析

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）企业最新发展动态分析

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）企业最新发展动态分析

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）企业最新发展动态分析
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）企业最新发展动态分析
8.3 新式茶饮行业领先企业个案分析
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：食品软包装行业专业术语说明
图表4：本报告研究范围界定
图表5：本报告权威数据资料来源汇总
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2022年中国茶饮料标准行业标准体系建设（单位：项）
图表11：截至2022年中国茶饮料行业现行国家标准
图表12：截至2022年中国茶饮料行业现行行业标准

图表13：截至2022年中国茶饮料行业现行企业标准（部分列举）
图表14：截至2022年中国茶饮料行业现行团体标
图表15：截至2022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17：2010-2022年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）
图表18：2010-2022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21：2010-2022年中国全部工业增加值及增速（单位：万亿元，%）
图表22：2010-2022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2022年中国GDP增速的预测（单位：%）
图表24：2022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26：2010-2021年中国人口规模及自然增长率（单位：万人，‰）
图表27：2010-2021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29：2010-2022年中国居民人均可支配收入（单位：元）
图表30：2010-2022年中国居民人均消费支出（单位：元）

详细请访问：http://www.cction.com/report/202407/463837.html