

2008-2009年中国茶饮料市 场分析及投资发展预测报告

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

《2008-2009年中国茶饮料市场分析及投资发展预测报告》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/200810/6006.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

第一章 2008年中国茶饮料行业发展环境分析

一、2007-2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2007年中国宏观经济运行情况
- (二) 2008年经济增长趋势预测
- (三) 2008年5月PPI涨幅8.2%

二、2008年中国茶饮料行业发展技术环境分析

- (一) 生产设备工艺分析
- (二) 产品包装技术分析

第二章 茶饮料概念及工艺技术分析

一、茶饮料的成分及分类

- (一) 茶饮料的概念
- (二) 茶饮料中主要成分
- (三) 茶饮料的分类
- (四) 其它几种茶饮料

二、茶饮料品质影响因素及生产工艺流程

- (一) 影响茶饮料品质的因素
- (二) 茶饮料生产工艺要点
- (三) 茶饮料的生产模式
- (四) 各式茶饮料生产工艺流程

三、茶饮料工艺技术及发展应用

- (一) 茶汤萃取工艺概述
- (二) 茶饮料的热澄清工艺
- (三) 罐装液态茶饮料加工技术
- (四) 速溶茶粉在纯茶饮料中的应用
- (五) 灌装茶工艺的对比分析

第三章 2008年全球茶饮料行业市场现状分析

一、2008年全球茶饮料行业发展概况

- (一) 全球茶饮料市场运行分析
- (二) 全球茶饮料行业市场竞争分析

(三) 全球茶饮料行业主要产品价格走势分析

二、2008年全球软饮料行业发展分析

(一) 全球软饮料行业发展分析

(一) 全球低糖软饮料行业发展时机来临

(二) 美国软饮料产品面临更替

(三) 英国软饮料销量持续走高

(四) 日本软饮料市场回顾分析

(五) 意大利软饮料产业发展趋势分析

三、2009-2012年全球茶饮料行业发展趋势分析

第四章 2008年中国茶饮料行业发展形势分析

一、2008年茶叶生产及市场情况分析

(一) 我国茶叶产区介绍

(二) 我国茶叶产量及生产结构变化趋势

(三) 我国茶叶价格状况

二、2008年中国茶叶安全性消费特性分析

三、2008年我国茶饮料行业发展概述

(一) 茶饮料行业发展综述

(二) 茶饮料行业特征分析

(三) 茶饮料跃居为“第三大饮料”

(四) 中国茶饮料发展潜力巨大

第五章 2008年中国茶饮料市场发展状况分析

一、2008年我国茶饮料市场发展总体分析

(一) 2008年中国茶饮料市场综述

(二) 茶饮料成行业“领跑者”

(三) 茶饮料催生大市场

(四) 茶饮料的现代化发展浅析

(五) 茶饮料质量合格率上升

二、2008年我国茶饮料市场结构及需求分析

(一) 茶饮料消费者需求分析

(二) 茶饮料的市场需求解析

(三) 茶饮料产品结构分析

(四) 茶饮料市场结构

(五) 茶饮料市场容量分析

三、2008年中国茶饮料市场存在问题分析

(一) 中国茶饮料产业存在问题分析

(二) 茶饮料业企业混杂质量堪忧

(三) 茶饮料产品香味剂勾兑茶成分

第六章 2008年中国茶饮料行业营销案例分析

一、旭日升集团营销案例分析

(一) 旭日升发展阶段及败落原因分析

(二) 旭日升营销管理失误分析

(三) 旭日升归来背后的“三板斧”策略分析

(四) 旭日升品牌前景分析

二、康师傅营销策略分析

(一) 康师傅饮料的渠道变革解析

(二) 康师傅通路精耕营销渠道透析

(三) 康师傅茶饮料营销状况概述

(四) 康师傅茶饮料的营销策略分析

三、统一茶饮料市场营销分析

(一) 统一茶饮料的产品促销策略分析

(二) 统一茶饮料的竞争战略解析

(三) 统一茶市场营销战略透析

(四) 统一茶里王营销策略分析

四、娃哈哈营销策略分析

(一) 娃哈哈的茶饮料目标策略分析

(二) 娃哈哈媒体运作策略分析

(三) 娃哈哈茶饮料的推广方法解析

五、健力宝市场营销案例分析

(一) 健力宝品牌发展历程解析

(二) 健力宝为衰落原因透析

(三) 健力宝的战略规划失误分析

(四) 健力宝的“电玩水浒”营销

第七章 2008年中国凉茶市场发展动态分析

一、2008年功能性饮料发展综合分析

(一) 功能饮料市场机遇及发展分析

(二) 功能饮料产品案例对比分析

(三) 红牛品牌运作分析

(四) 功能饮料应走专业化道路

(五) 功能饮料应走创新道路

二、2008年中国凉茶市场状况综述

(一) “凉茶”产品特性及发展概述

(二) 资本进入抢占凉茶业市场份额

(三) 凉茶产业发展现状分析

(四) 凉茶将改变中国饮料市场格局

(五) 中国凉茶产业征战全球级饮料

三、2008年广东凉茶行业分析

(一) 广东凉茶走向全国市场

(二) 广东凉茶发展前景展望

(三) 广州凉茶市场风云莫测

(四) 深圳的凉茶销量火热

四、2008年凉茶市场存在者及进入者分析

(一) 王老吉凉茶发展概述

(二) 黄振龙凉茶品牌经营分析

(三) “宝庆堂”要做凉茶第二品牌

(四) 潘高寿果断进军凉茶市场

(五) 广州众多药企入局凉茶市场

(六) “两乐”瞄准凉茶市场蠢蠢欲动

五、2008年中国凉茶市场存在问题分析

(一) 广东凉茶市场良莠不齐

(二) 凉茶行业马太效应分析

(三) 凉茶市场风险分析

(四) 凉茶饮料业发展障碍及对策分析

第八章 2008年中国茶饮料其他细分行业发展走势分析

- 一、2008年红茶饮料市场分析
- 二、2008年乌龙茶饮料市场分析
- 三、2008年绿茶饮料市场分析
- 四、2008年花茶饮料市场分析
- 五、2008年其他茶饮料市场分析
- 六、2008年新兴茶饮料市场分析

第九章 2008年中国茶饮料行业竞争格局分析

- 一、2008年茶饮料行业竞争格局分析
 - (一) 全球市场茶饮料市场品牌份额分析
 - (二) 中国茶饮料行业龙头企业简述
 - (三) 茶饮料企业销量比重及产品
- 二、2008年中国茶饮料市场竞争群体详解
 - (一) 市场先行者：旭日升
 - (二) 市场领导者：康师傅和统一
 - (三) 市场挑战者：可口可乐
 - (四) 其它市场追随者
- 三、2008年中国茶饮料行业竞争现状分析
 - (一) 茶饮料市场品牌竞争及合作
 - (二) 茶饮料竞争状况分析
 - (三) 茶饮料市场竞争再升级
 - (四) 国内茶饮料市场前景分析
- 四、2008年中国茶饮料市场竞争中的营销对策分析
 - (一) 茶饮料品牌文化营销解析
 - (二) 茶饮料品牌竞争中的差异化策略分析
 - (三) 茶饮料三优先销售策略解析
 - (四) 茶饮料产品诉求策略分析

第十章 2008年中国重点省市茶饮料行业竞争态势分析

- 一、北京
 - (一) 北京茶饮料品牌众多

(二) 北京茶饮料市场发展前景展望

二、上海

(一) 上海市茶饮料市场正酣战

(二) 上海市茶饮料市场发展前景展望

三、深圳

(一) 深圳市场的茶饮料大战

(二) 深圳茶饮料市场发展前景展望

四、厦门

(一) 厦门本土茶饮料竞争分析

(二) 厦门茶饮料市场发展前景展望

第十一章 中国茶饮料行业典型企业分析

一、可口可乐

(一) 可口可乐公司概况

(二) 可口可乐推出“冰极”茶饮料

(三) 可口可乐再出细产品

(四) 可口可乐利润状况分析

二、百事可乐

(一) 百事公司简介

(二) 百事与联合利华共谋茶饮料

(三) 百事可乐再次涉足茶饮料

(四) 百事可乐有限公司盈利状况分析

三、深圳市深宝实业股份有限公司

(一) 公司概况分析

(二) 公司经营分析

(三) 公司竞争优势分析

(四) 深深宝争做茶饮料原料第一品牌

四、广州药业股份有限公司

(一) 公司概况分析

(二) 公司经营分析

(三) 公司竞争优势分析

(四) 广州药业借“王老吉”拉动业绩暴增

第十二章 2008年中国茶饮料市场相关产品发展分析

一、碳酸饮料

- (一) 碳酸饮料行业发展分析
- (二) 碳酸饮料霸主地位受到冲击
- (三) 美国碳酸饮料市场缩小
- (四) 中国碳酸饮料的产业规划

二、果汁饮料

- (一) 果汁饮料的发展方向分析
- (二) 中国野生果汁发展展望
- (三) 高浓果汁市场发展分析
- (四) 高钙果C引领功能性果汁饮料的发展
- (五) 果汁饮料业发展方向及热点解析

三、乳品饮料

- (一) 2008乳品行业竞争现状分析
- (二) 中国乳饮料市场拐点显现
- (三) 中国乳品饮料市场发展前景预测

四、矿泉水、纯净水市场分析

- (一) 矿泉水和纯净水市场综合分析
- (二) 矿泉水与纯净水的竞争分析
- (三) 中国纯净水市场阶段分析
- (四) 中国矿泉水市场竞争分析

第十三章 2008年中国软饮料行业市场运营情况简析

一、2008年中国软饮料市场发展分析

- (一) 2008年软饮料行业发展特点解析
- (二) 中国软饮料行业及市场需求分析
- (三) 中国软饮料行业成本和价格状况分析
- (四) 软饮料行业资本经营状况及走势分析
- (五) 中国本土软饮料业品牌变化解析

二、2007-2008年中国软饮料行业工业统计数据分析

- (一) 中国软饮料制造全部企业数据分析
- (二) 中国软饮料制造不同所有制全部企业数据分析

(三) 中国软饮料制造不同规模全部企业数据分析

三、2008年中国软饮料市场竞争分析

(一) 瓶装水市场品牌对比分析

(二) 果汁市场品牌营销对比分析

(三) 碳酸饮料业的巨头之争

(四) 咖啡饮料业异军突起

(五) 乳饮料市场产品竞争分析

(六) 功能饮料的非典型之争

(七) 凉茶业各品牌蓄势待发

第十四章 2009-2012年中国茶饮料行业市场发展及投资分析

一、2009-2012年中国软饮料行业趋势前景分析

(一) 全球饮料行业发展趋势分析

(二) 中国软饮料行业发展优势及空间分析

(三) 中国2007软饮料产业发展趋势解析

(四) 中国软饮料业面临良好机遇

二、2009-2012年中国茶饮料市场发展趋势浅析

(一) 茶饮料市场前景巨大

(二) 无糖茶饮料市场前景分析

(三) 纯茶饮料发展趋势预测

(四) 中草药保健茶发展前景广阔

三、2009-2012年中国茶饮料行业投资茶机会分析

(一) 茶饮料的市场机会分析

(二) 茶饮料厂商面临大好机遇

(三) 茶饮料新品催生创业机会

(四) 茶饮料行业前景预测

四、2009-2012年中国茶饮料行业投资风险分析

附录：

附录一：中华人民共和国国家标准软饮料的分类

附录二：中华人民共和国轻工行业标准 - 茶饮料

附录三：茶饮料生产许可证审查细则

图表目录（部分）：

图表：1995年-2007年全国粮食总产量分析

图表：1995年-2007年全国工业增加值分析

图表：1995年-2007年全国固定资产投资分析

图表：1995年-2007年社会消费品零售总额分析

图表：2007年1-12月CPI指数图

图表：2007年1-12月CPI指数表

图表：1995年-2007年进出口总额

图表：1995年-2007年农民人均纯收入

图表：1995年-2007年城镇居民人均可支配收入

图表：2007年1月-2008年5月CPI及PPI走势图

图表：略……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200810/6006.html>