

2016-2022年中国草本植物 饮料市场监测及发展趋势研究报告

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

《2016-2022年中国草本植物饮料市场监测及发展趋势研究报告》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.cction.com/report/201608/137600.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

草本饮料，指的是以草本植物为原料经加工或发酵制成的饮料制品。草本饮料的特点可以归纳为“三低”：低热量、低糖、低脂肪，具有天然、健康、解渴、提神的特性，比碳酸饮料更加爽口、解渴，比水饮料更怡人有味，而且清香淡雅，回味无穷，富含保健成分。随着人们对健康追求的增加，消费者渐渐偏爱天然、绿色的健康饮品。以植物或植物提取物为原料的植物饮料，凭借“天然、营养、绿色、健康”的品类特性，逐渐赢得了很多消费者的青睐和追捧。2013-2015年中国草本植物饮料的市场规模年均增速在11%左右，在2014年市场规模达到1045亿元，同比增长12%，预计2015年中国草本植物饮料市场规模达到1150亿元，增速稳定在10%左右。

中国的草本植物饮料的前景和市场空间非常大，板栗、山楂、杨梅、车厘子等都可以开发成草本植物饮料。饮料企业要开拓市场，吸引主要的消费群体是关键。15—20岁的年轻人也会受父母的影响，对植物饮料的喜好会慢慢被强化。随着互联网的发展，消费者对信息的获取更加方便、丰富，消费者越来越“智慧”，对健康、天然等理念更加的关注。目前看来，消费者比较理性，企业只有生产出品质优、符合行业趋势，且性价比高的产品才能获得消费者的认可。大健康饮料行业需要进一步的培育，目前处在快速成长期前期，三年内有望进入高速发展期。绿色、原生态的食材越来越受到推崇，市场潜力巨大。

目前植物功能性饮料产品已细分为以下几大品类：（1）男性抗疲劳、补充精力类植物功能性饮料产品；（2）女性美容、养颜、减肥类植物功能性饮料产品；（3）去火类植物功能性饮料产品；（4）中老年降血脂、降血压、降血糖类植物功能性饮料产品；（5）少年儿童成长类植物功能性饮料产品；（6）健胃消食类植物功能性饮料产品；（7）补钙类植物功能性饮料产品；（8）健脑类植物功能性饮料产品等等。虽然草本饮料市场广阔，但是存在以下问题：一是目前草本饮料仍处于起步阶段，所占市场份额较小。二是中国草本饮料产品质量存在着良莠不齐的现象。

报告目录：

第一章 草本植物饮料行业发展概述

第一节 草本植物饮料行业概述

一、定义

二、分类

三、草本饮料产业链与价值挖掘

第二节 最近3-5年中国草本植物饮料行业经济指标分析

一、赢利性

- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒/退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 草本植物饮料行业政策经济环境分析

第一节 行业政策环境分析

- 一、行业监管体制
- 二、相关政策及发展规划
 - 1、行业相关政策
 - 2、行业发展规划
 - 3、行业相关标准

第二节 行业经济环境分析

- 一、中国宏观经济现状
 - 1、居民人均GDP增长
 - 2、居民收入增长情况
 - 3、宏观环境对草本植物饮料行业的影响
- 二、中国宏观经济展望

第三节 行业社会环境分析

- 一、草本植物饮料需求结构变化
- 二、社会环境变化
 - 1、人口环境
 - 2、文化环境
 - 3、中国城镇化率

第四节 行业技术环境分析（T）

- 一、草本植物饮料技术分析
- 二、草本植物饮料技术发展水平
- 三、2015年草本植物饮料技术发展分析
- 四、行业主要技术发展趋势

第三章 中国草本植物饮料行业发展现状

第一节 中国草本植物饮料行业发展分析

- 一、中国草本植物饮料行业发展历程
- 二、我国草本植物饮料行业发展特点分析
- 三、中国草本植物饮料行业发展面临问题
- 四、中国草本植物饮料行业发展趋势分析

第二节 中国草本植物饮料行业运行分析

- 一、草本植物饮料行业运行规模分析
- 二、草本植物饮料行业运营状况分析

第三节 中国草本植物饮料行业竞争分析

- 一、草本植物饮料细分市场之间的竞争
- 二、各类草本植物饮料内部竞争

第四章 中国草本植物饮料市场分析

第一节 2013-2015年中国草本植物饮料行业供需分析

第二节 2013-2015年中国草本植物饮料价格走势及影响因素分析

- 一、2013-2015年草本植物饮料的价格
- 二、2016-2022年草本植物饮料未来价格走势预测

第三节 对中国草本植物饮料市场的分析及思考

- 一、草本植物饮料市场分析
- 二、草本植物饮料市场变化的方向
- 三、中国草本植物饮料产业发展的新思路
- 四、对中国草本植物饮料产业发展的思考

第五章 草本植物饮料行业上、下游产业链分析

第一节 草本植物饮料行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间
- 三、与上下游行业之间的关联性

第二节 草本植物饮料上游行业分析

- 一、草本植物饮料成本构成

二、2015年上游行业发展现状

1、食糖发展现状

2、饮料包装行业发展现状

3、草本植物市场现状

三、2016-2022年上游行业发展趋势

1、食糖行业发展趋势

2、饮料包装行业发展趋势

3、草本植物市场发展趋势

四、上游行业对草本植物饮料行业的影响

第三节 草本植物饮料下游行业分析

一、草本植物饮料下游行业分布

二、2015年下游行业发展现状

1、超市行业发展现状

2、餐饮业行业发展现状

3、居民消费者现状分析

三、2016-2022年下游行业发展趋势

1、超市行业发展趋势

2、餐饮行业发展趋势

3、居民消费发展趋势

四、下游需求对草本植物饮料行业的影响

第四节 草本植物饮料行业渠道分析

一、草本植物饮料热销产品分销模式探讨

二、草本植物饮料渠道等级划分研究

三、草本植物饮料渠道4P分析

第六章 草本植物饮料重点企业分析

第一节 加多宝集团

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业渠道分析

第二节 广药王老吉大健康产业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业渠道分析

第三节 福建达利园集团

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业渠道分析

第四节 安徽板蓝花饮料有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业渠道分析

第五节 广东广粮实业有限公司（本草蜜）品牌草本饮料

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析

第六节 百事（中国）投资有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、草本饮料品牌分析
- 四、企业宣传策略分析

第七节 可口可乐饮料有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业草本饮料分析

第八节 青海大漠红枸杞有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业最新动态分析

第七章 草本植物饮料行业行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、草本植物饮料行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁

分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

二、草本植物饮料行业集中度分析

三、草本植物饮料行业SWOT分析

1、优势

2、劣势

3、机会

4、威胁

第二节 中国草本植物饮料企业发展状况分析

一、草本植物饮料企业主要类型

二、草本植物饮料企业资本运作分析

三、草本植物饮料企业国际竞争力分析

第三节 草本植物饮料行业竞争趋势分析

一、草本植物饮料行业未来竞争格局和特点

二、国内草本植物饮料企业竞争能力提升途径

第八章 中国草本植物饮料行业投资机遇分析

第一节 行业发展机遇

一、行业经营模式突破

二、草本植物饮料企业的机遇分析

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、盈利模式分析

第三节 2016-2022年草本植物饮料行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第四节 2016-2022年草本植物饮料行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

二、投资回报率比较高的投资方向

第九章 中国草本植物饮料行业投资风险及对策分析

第一节 行业投资风险分析

一、投资政策风险分析

二、投资技术风险分析

三、投资市场风险分析

四、宏观经济波动风险

第二节 专家行业投资机会与建议

一、行业投资机会分析

二、行业主要投资建议

第三节 行业发展趋势与预测分析

一、发展趋势分析

二、发展前景预测

1、市场需求预测

2、销售收入预测

第十章 投资的建议及观点

第一节 草本植物饮料行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第三节 市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

图表目录：

图表：2012-2015年中国凉茶行业市场规模分析

图表：2010-2015年国内生产总值及其增长速度

图表：2010-2015年全部工业增加值及其增长速度

图表：2010-2015年全部工业增加值及其增长速度

图表：2010-2015年全社会固定资产投资

图表：2014-2015年中国国内生产总值增长速度

图表：2014-2015年中国其他指标环比数据表

图表：2014-2015年中国规模以上工业增加值增速

图表：2014-2015年中国固定资产投资及房地产开发投资名义增速

图表：2015年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比

图表：2015年年末人口数及其构成

图表：2011-2015年中国网民规模和互联网普及率

图表：2013-2015年中国新网民互联网接入设备使用情况

图表：2013-2015年中国内地分省网民规模及互联网普及率

图表：2013-2015年中国网民城乡结构

图表：2013-2015年中国城乡互联网普及率

图表：2013-2015年网民性别结构

图表：2013-2015年中国网民年龄结构

图表：2013-2015年中国网民学历结构

图表：2013-2015年中国网民职业结构

图表：2013-2015年中国网民个人月收入结构

图表：凉茶植物饮料生产工艺流程框图

图表：中国饮料市场发展历程

图表：2012-2015年中国草本植物饮料行业市场规模分析

图表：2012-2015年中国草本植物饮料行业产量分析

图表：2012-2015年中国草本植物饮料行业销量分析

图表：2012-2015年中国草本植物饮料行业利润情况分析

图表：中国草本饮料市场主要细分领先企业排名

图表：中国各类草本植物饮料市场占比

图表：草本植物饮料产品品牌平均价格趋势

图表：植物饮料市场主要品类、品牌及诉求

图表：草本植物饮料行业产业链结构分析

图表：我国四大主产区甘蔗种植分布

图表：我国四大主产区甘蔗种植面积分析

图表：近年我国制糖行业产量情况

图表：近年来广西甘蔗种植面积情况分析

图表：2013-2015年广西甘蔗产量情况分析

图表：近年来云南甘蔗种植面积情况分析

图表：2013-2015年云南甘蔗产量情况分析

图表：近年广东省甘蔗种植面积情况分析

图表：不同包装材质的性能比较

图表：2013-2015年中国三七产量分析

图表：2013-2015年金银花产销情况分析

图表：2013-2015年枸杞产销、出口量情况分析

图表：2013-2015年超市行业发展情况

图表：2015年度国内各省市市区餐饮收入排行（一）

图表：2015年度国内各省市市区餐饮收入排行（二）

图表：2015年度国内各省市市区餐饮收入排行（三）

图表：2015年度“丝绸之路”主要省市区餐饮收入排行

图表：2015年度“21世纪海上丝绸之路”主要省市区餐饮收入排行

图表：2015年度“京津冀”主要省市餐饮收入排行

图表：2015年度“长江经济带”主要省市餐饮收入排行

图表：2015中国特色餐饮集团50强（一）

图表：2015中国特色餐饮集团50强（二）

图表：2015中国特色餐饮集团50强（三）

图表：2015中国特色餐饮集团50强（四）

图表：2015中国火锅餐饮集团30强（一）

图表：2015中国火锅餐饮集团30强（二）

图表：2015中国火锅餐饮集团30强（三）

图表：2015中国快餐集团10强

图表：2015中国西餐及休闲餐饮集团10强

图表：高端餐饮市场增长情况

图表：高端餐饮营业额变动

图表：高端餐饮重点板块占营业额比例

图表：高端餐饮盈利能力

图表：大众餐饮市场增长情况

图表：大众餐饮营业额变动

图表：大众餐饮营业额变动

图表：大众餐饮盈利能力

图表：火锅市场增长情况

图表：火锅餐饮营业额变动情况

图表：火锅餐饮重点板块占营业额比例

图表：火锅餐饮盈利能力

图表：快餐市场增长情况

图表：快餐营业额变动

图表：快餐重点板块占营业比例

图表：快餐盈利能力

图表：西餐休闲餐饮市场增长情况

图表：西餐休闲餐饮营业额变动情况

图表：西餐休闲餐饮重点板块营业额比例

图表：西餐休闲餐饮盈利能力

图表：草本植物饮料不同收入用户认知程度分析

图表：草本植物饮料不同年龄用户认知程度分析

图表：消费者对行业的认知渠道分析

图表：消费者对行业产品效果需求分析

图表：2015年餐饮消费比例

图表：加多宝分销渠道结构图

图表：加多宝渠道模式图

图表：常规渠道分类图

图表：王老吉品牌渠道结构

图表：王老吉公司销售渠道结构图

图表：和其正企业销售渠道图

图表：达利园全国分公司

图表：板蓝花品牌渠道结构

图表：中国草本植物饮料产品品牌市场消费结构

图表：草本植物饮料企业主要类型占比

图表：2016-2022年中国草本植物行业营业利润预测分析

图表：2016-2022年中国草本植物销售收入预测分析

图表：四种基本的品牌战略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201608/137600.html>