

2024年中国茶饮料市场调查分析与 发展前景研究报告

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 2024年中国茶饮料市场调查分析与发展前景研究报告

报告编号： 138A000 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：8200 元 纸质+电子版：8500 元

优惠价格： 电子版：7360 元 纸质+电子版：7660 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/0/00/ChaYinLiaoHangYeFenXiBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

茶饮料市场近年来在全球范围内持续增长，得益于消费者对健康、天然饮品的追求。从瓶装即饮茶到现调茶饮，茶饮料的种类和风味不断丰富，满足了不同消费者的口味偏好。同时，随着健康意识的提升，低糖、无糖和添加功能性成分（如维生素、草本植物）的茶饮料越来越受到欢迎。此外，茶饮料品牌通过社交媒体营销和线下体验活动，增强了与年轻消费者的互动和品牌忠诚度。

未来，茶饮料市场将更加注重个性化和健康化。一方面，通过数字化营销和消费者数据分析，茶饮料企业将提供更加定制化的饮品选择，如根据个人口味偏好和健康目标调制的茶饮。另一方面，随着消费者对食品成分透明度和健康效益的重视，茶饮料将融入更多具有特定健康功效的成分，如抗氧化剂、益生元和适应原草本植物，以满足消费者对功能性食品的需求。

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 茶饮料中主要成分

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 软饮料行业发展分析

2.1 世界软饮料行业发展分析

- 2.1.1 世界低糖软饮料行业发展时机来临
- 2.1.2 美国软饮料产品面临更替
- 2.1.3 英国软饮料销量持续走高
- 2.1.4 日本软饮料市场回顾分析
- 2.1.5 意大利软饮料产业发展趋势分析

2.2 中国软饮料市场发展分析

.....

- 2.2.2 中国软饮料行业及市场需求分析
- 2.2.3 中国软饮料行业成本和价格状况分析
- 2.2.4 软饮料行业资本经营状况及走势分析
- 2.2.5 中国本土软饮料业品牌变化解析

2.3 中国软饮料市场竞争分析

- 2.3.1 瓶装水市场品牌对比分析
- 2.3.2 果汁市场品牌营销对比分析
- 2.3.3 碳酸饮料业的巨头之争
- 2.3.4 咖啡饮料业异军突起
- 2.3.5 乳饮料市场产品竞争分析
- 2.3.6 功能饮料的非典型之争
- 2.3.7 凉茶业各品牌蓄势待发

第三章 中国茶饮料行业发展分析

3.1 茶饮料行业发展概述

- 3.1.1 茶饮料行业发展综述
- 3.1.2 茶饮料行业特征分析
- 3.1.3 驱动行业发展的宏观因素解析
- 3.1.4 中国茶饮料发展阶段浅析

3.2 茶饮料市场结构及需求分析

- 3.2.1 茶饮料消费者需求分析
- 3.2.2 茶饮料的市场需求解析

3.2.3 茶饮料产品结构分析

3.2.4 茶饮料市场结构

3.2.5 茶饮料市场容量分析

3.3 茶饮料市场发展总体分析

3.3.1 中国茶饮料十年发展总结

3.3.2 茶饮料成行业“领跑者”

3.3.3 茶饮料催生大市场

3.3.4 茶饮料的现代化发展浅析

3.3.5 茶饮料质量合格率上升

3.4 2019-2024年茶饮料市场发展分析

3.4.1 茶饮料2014年市场新品迭出

3.4.2 2024年茶饮料市场品牌营销详解

3.4.3 2024年茶饮料突破市场瓶颈途径解析

3.4.4 2024年茶饮料市场发展情况分析

3.5.1 2019-2024年全国茶饮料及其他软饮料制造业全部企业数据分析

3.5.2 2019-2024年茶饮料及其他软饮料制造业不同所有制企业数据分析

3.5.3 2019-2024年茶饮料及其他软饮料制造业不同规模企业数据分析

3.6 茶饮料市场存在问题分析

3.6.1 中国茶饮料产业存在问题分析

3.6.2 茶饮料业企业混杂质量堪忧

3.6.3 茶饮料产品香味剂勾兑茶成分

第四章 中国凉茶市场发展分析

4.1 功能性饮料发展综合分析

4.1.1 功能饮料市场机遇及发展分析

4.1.2 功能饮料产品案例对比分析

4.1.3 红牛品牌运作分析

4.1.4 功能饮料应走专业化道路

4.1.5 功能饮料应走创新道路

4.2 凉茶市场状况综述

4.2.1 “凉茶”产品特性及发展概述

4.2.2 资本进入抢占凉茶业市场额

4.2.3 凉茶产业发展现状分析

4.2.4 凉茶将改变中国饮料市场格局

4.2.5 中国凉茶产业征战世界级饮料

4.3 广东凉茶行业分析

4.3.1 广东凉茶走向全国市场

4.3.2 广东凉茶发展前景展望

4.3.3 广州凉茶市场风云莫测

4.3.4 深圳的凉茶销量火热

4.4 凉茶市场存在者及进入者分析

4.4.1 王老吉凉茶发展概述

4.4.2 黄振龙凉茶品牌经营分析

4.4.3 “宝庆堂”要做凉茶第二品牌

4.4.4 潘高寿果断进军凉茶市场

4.4.5 广州众多药企入局凉茶市场

4.4.6 “两乐”瞄准凉茶市场蠢蠢欲动

4.5 凉茶市场存在问题分析

4.5.1 广东凉茶市场良莠不齐

4.5.2 凉茶行业马太效应分析

4.5.3 凉茶市场风险分析

4.5.4 凉茶饮料业发展障碍及对策分析

第五章 茶饮料行业竞争分析

5.1 茶饮料行业竞争格局分析

5.1.1 全球市场茶饮料市场品牌额分析

5.1.2 中国茶饮料行业龙头企业简述

5.1.3 茶饮料企业销量比重及产品

5.2 市场竞争群体详解

5.2.1 市场先行者：旭日升

5.2.2 市场领导者：康师傅和统一

5.2.3 市场挑战者：可口可乐

5.2.4 其它市场追随者

5.3 竞争现状分析

5.3.1 茶饮料市场品牌竞争及合作

5.3.2 茶饮料竞争状况分析

5.3.3 茶饮料市场竞争再升级

5.3.4 国内茶饮料市场前景分析

5.4 区域市场竞争状况分析

5.4.1 北京茶饮料品牌众多

5.4.2 上海市茶饮料市场正酣战

5.4.3 深圳市场的茶饮料大战

5.4.4 厦门本土茶饮料竞争分析

5.5 茶饮料市场竞争中的营销对策分析

- 5.5.1 茶饮料品牌文化营销解析
- 5.5.2 茶饮料品牌竞争中的差异化策略分析
- 5.5.3 茶饮料三优先销售策略解析
- 5.5.4 茶饮料产品诉求策略分析

第六章 茶饮料行业营销案例分析

- 6.1 旭日升集团营销案例分析
 - 6.1.1 旭日升发展阶段及败落原因分析
 - 6.1.2 旭日升营销管理失误分析
 - 6.1.3 旭日升归来背后的“三板斧”策略分析
 - 6.1.4 旭日升品牌前景分析
- 6.2 康师傅营销策略分析
 - 6.2.1 康师傅饮料的渠道变革解析
 - 6.2.2 康师傅通路精耕营销渠道透析
 - 6.2.3 康师傅茶饮料营销状况概述
 - 6.2.4 康师傅茶饮料的营销策略分析
- 6.3 统一茶饮料市场营销分析
 - 6.3.1 统一茶饮料的产品促销策略分析
 - 6.3.2 统一茶饮料的竞争战略解析
 - 6.3.3 统一茶市场营销战略透析
 - 6.3.4 统一茶里王营销策略分析
- 6.4 娃哈哈营销策略分析
 - 6.4.1 娃哈哈的茶饮料目标策略分析
 - 6.4.2 娃哈哈媒体运作策略分析
 - 6.4.3 娃哈哈茶饮料的推广方法解析
- 6.5 健力宝市场营销案例分析
 - 6.5.1 健力宝品牌发展历程解析
 - 6.5.2 健力宝为衰落原因透析
 - 6.5.3 健力宝的战略规划失误分析
 - 6.5.4 健力宝的“电玩水浒”营销

第七章 茶饮料市场替代产品发展分析

- 7.1 碳酸饮料
 - 7.1.1 碳酸饮料行业发展分析
 - 7.1.2 碳酸饮料霸主地位受到冲击
 - 7.1.3 美国碳酸饮料市场缩小
 - 7.1.4 中国碳酸饮料的产业规划

7.2 果汁饮料

- 7.2.1 果汁饮料的发展方向分析
- 7.2.2 中国野生果汁发展展望
- 7.2.3 高浓果汁市场发展分析
- 7.2.4 高钙果c引领功能性果汁饮料的发展
- 7.2.5 果汁饮料业发展方向及热点解析

7.3 乳品饮料

- 7.3.1 2024年乳品行业竞争现状分析
- 7.3.2 中国乳饮料市场拐点显现
- 7.3.3 中国乳品饮料市场发展前景预测

7.4 矿泉水、纯净水市场分析

- 7.4.1 矿泉水和纯净水市场综合分析
- 7.4.2 矿泉水与纯净水的竞争分析
- 7.4.3 中国纯净水市场阶段分析
- 7.4.4 中国矿泉水市场竞争分析

第八章 茶饮料行业企业分析

8.1 可口可乐

- 8.1.1 可口可乐公司简介
- 8.1.2 可口可乐推出“冰极”茶饮料
- 8.1.3 可口可乐再出细产品
- 8.1.4 可口可乐2024年利润状况分析
-

8.2 百事可乐

- 8.2.1 百事公司简介
- 8.2.2 百事与联合利华共谋茶饮料
- 8.2.3 百事可乐再次涉足茶饮料
- 8.2.4 百事可乐有限公司2024年盈利状况分析

8.3 深圳市深宝实业股份有限公司

- 8.3.1 公司简介
- 8.3.2 2024年深深宝经营状况分析
-
- 8.3.5 深深宝争做茶饮料原料第一品牌

8.4 广州药业股份有限公司

- 8.4.1 公司简介
- 8.4.2 2024年广州药业经营状况分析
-

8.4.4 2024年广东药业经营状况分析

8.4.5 广州药业借“王老吉”拉动业绩暴增

第九章 茶饮料市场前景及投资分析

9.1 软饮料行业趋势前景分析

9.1.1 世界饮料行业发展趋势分析

9.1.2 中国软饮料行业发展优势及空间分析

9.1.3 中国2024年软饮料产业发展趋势解析

9.1.4 中国软饮料业面临良好机遇

9.2 茶饮料行业投资机会分析

9.2.1 茶饮料的市场机会分析

9.2.2 茶饮料厂商面临大好机遇

9.2.3 茶饮料新品催生创业机会

9.3 茶饮料行业前景预测

9.3.1 中国茶饮料市场发展趋势浅析

9.3.2 茶饮料市场前景巨大

9.3.3 无糖茶饮料市场前景分析

9.3.4 纯茶饮料发展趋势预测

9.3.5 中草药保健茶发展前景广阔

第十章 2024-2030年中国茶饮料发展趋势分析

10.1 2024-2030年中国茶饮料产业前景展望

10.1.1 2024年中国茶饮料发展形势分析

10.1.2 发展茶饮料产业的机遇及趋势

10.1.3 未来10年中国茶饮料产业发展规划

10.1.4 2024-2030年中国茶饮料产量预测

10.2 2024-2030年茶饮料产业发展趋势探讨

10.2.1 2024-2030年茶饮料产业前景展望

10.2.2 2024-2030年茶饮料产业发展目标

第十一章 中-智-林-专家观点与研究结论

11.1 报告主要研究结论

11.2 行业专家建议

略……

订阅“2024年中国茶饮料市场调查分析与发展前景研究报告”，编号：138A000，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/0/00/ChaYinLiaoHangYeFenXiBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！