

# 2019-2025年中国茶饮料行业前景研究与行业前景预测报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2019-2025年中国茶饮料行业前景研究与行业前景预测报告》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.chinairr.org/report/R07/R0702/201906/21-299740.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

2018年，我国茶饮市场全面爆发，截止到2018年第三季度，全国现制茶饮门店数达到41万家，一年内增长74%，新增长主要来自消费者对常规饮料的替代和消费群体对“健康茶饮”的需求。中国茶饮市场在经历了粉末时代、街头时代后，正走向新式茶饮时代。同时，伴随着消费升级的逐步下沉，现制饮品业未来在二、三线城市拥有巨大的市场发展空间。

全国现制茶饮外卖商家数持续增长，2018年第三季度较去年同期增长56.8%，全国现制茶饮外卖订单数季度复合增长率38%，2018年第三季度较去年同期增长87%。

在现制茶饮推荐菜单中，珍珠奶茶、冰激凌红茶、红茶玛奇朵等位列前10名。以2018年10月现制饮品外卖订单为例，住宅区成为现制茶饮、现制咖啡外卖的主要消费场景，占比分别为46%、43%。消费用户中，女性为消费主体。

受网红文化影响，消费者热衷通过社交媒体种草，“喜欢”成为购买的主要动机，“口味好”是核心需求，“优惠活动”也是关注的要素。全国现制饮品门店人均消费价格集中在30元以下，人均消费在15元以上的门店占比也不断提升。

报告目录：

### 第一章 茶饮料行业综述分析

#### 第一节 茶饮料定义

#### 第二节 茶饮料行业发展历程

#### 第三节 茶饮料分类情况

#### 第四节 茶饮料行业供应链分析

##### 一、行业上下游产业供应链简介

##### 二、行业主要下游产业链分析

##### 三、行业上游产业供应链分析

#### 第五节 行业发展成熟度分析

##### 一、行业发展周期分析

##### 二、行业中外市场成熟度对比

##### 三、行业及其主要子行业成熟度分析

### 第二章 2018茶饮料业发展环境分析

#### 第一节 2018年茶饮料业全球经济环境分析

一、全球经济总体情况

二、经济全球化现状

第二节 2016-2018年茶饮料业国内宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、居民消费水平分析

三、恩格尔系数

四、工业发展形势分析

五、存贷款利率变化

六、财政收支状况

第三节 2018年茶饮料业国内政策环境分析

一、产业相关政策及动向分析

二、相关法律法规解读

三、行业相关标准解析

四、行业监管部门及监管体制分析

第四节 2018年茶饮料业国内社会环境分析

一、人口结构

二、就业率情况

三、人均收入水平

第五节 2018年茶饮料业国内技术环境分析

一、国内茶饮料技术发展现状

二、国内茶饮料技术发展趋势

三、国内外行业技术差距对比分析

第三章 2016-2018年中国茶饮料市场供需调查分析

第一节 2016-2018年中国茶饮料市场供需分析

一、产品市场供给

二、产品市场需求

三、产品价格分析

四、主要渠道分析

第二节 2016-2018年中国茶饮料市场特征分析

一、2016-2018年中国茶饮料产品特征分析

二、2016-2018年中国茶饮料价格特征分析

三、2016-2018年中国茶饮料渠道特征

四、2016-2018年中国茶饮料购买特征

#### 第四章 中国茶饮料行业区域市场分析

##### 第一节 华北地区茶饮料行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2019-2025年行业发展前景预测

五、2019-2025年行业投资风险预测

##### 第二节 东北地区茶饮料行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2019-2025年行业发展前景预测

五、2019-2025年行业投资风险预测

##### 第三节 华东地区茶饮料行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2019-2025年行业发展前景预测

五、2019-2025年行业投资风险预测

##### 第四节 华南地区茶饮料行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2019-2025年行业发展前景预测

五、2019-2025年行业投资风险预测

##### 第五节 华中地区茶饮料行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2019-2025年行业发展前景预测

五、2019-2025年行业投资风险预测

#### 第六节 西南地区茶饮料行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2019-2025年行业发展前景预测

五、2019-2025年行业投资风险预测

#### 第七节 西北地区茶饮料行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2019-2025年行业发展前景预测

五、2019-2025年行业投资风险预测

### 第五章 茶饮料行业市场竞争策略分析

#### 第一节 行业竞争状况分析

#### 第二节 行业竞争结构分析

1. 现有企业（品牌）间竞争

2. 潜在进入者分析

3. 替代品威胁分析

4. 产品/服务质量

5. 价格

#### 第三节 行业集中度分析

#### 第四节 茶饮料行业市场竞争策略分析

1. 茶饮料行业市场增长潜力分析

2. 茶饮料行业产品竞争策略分析

3. 茶饮料行业竞争格局展望

#### 第五节 茶饮料行业国际竞争力比较

1. 生产要素

2. 需求条件

3. 支援与相关产业

4. 企业战略、结构与竞争状态

5. 政府的作用

## 第六章 2016-2018年中国茶饮料品牌消费者偏好深度调查

### 第一节 中国茶饮料产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

### 第二节 中国茶饮料产品的品牌市场调查

一、消费者对茶饮料品牌认知度宏观调查

二、消费者对茶饮料产品的品牌偏好调查

三、消费者对茶饮料品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的风格

五、茶饮料品牌忠诚度调查

### 第三节 不同客户购买消费行为分析

## 第七章 茶饮料行业产品价格分析

### 第一节 价格特征分析

### 第二节 主要品牌企业产品价位

### 第三节 价格与成本的关系

### 第四节 行业价格策略分析

### 第五节 国内外经济形势对茶饮料行业产品价格的影响

## 第八章 茶饮料行业用户分析

### 第一节 茶饮料行业用户认知程度

### 第二节 茶饮料行业用户关注因素

1. 功能

2. 质量

3. 价格

4. 外观

5. 服务

### 第三节 用户的其它特性

## 第九章 茶饮料行业技术工艺发展分析

### 第一节 当前茶饮料行业技术应用情况分析

### 第二节 2016-2018年国内茶饮料行业主要研发成果分析

### 第三节 国内茶饮料行业相关专利分析

### 第四节 国内茶饮料行业技术成熟度分析

### 第五节 国内主要企业技术工艺应用及研发情况

### 第六节 国内外茶饮料行业技术工艺比较

## 第十章 茶饮料国内重点生产厂家分析

### 第一节 A公司

#### 一、企业发展概况分析

#### 二、企业主营业务分析

#### 三、企业经营情况分析

#### 四、企业产品结构分析

#### 五、企业销售渠道与网络

#### 六、企业竞争优势分析

#### 七、企业最新发展动向分析

### 第二节 B公司

#### 一、企业发展概况分析

#### 二、企业主营业务分析

#### 三、企业经营情况分析

#### 四、企业产品结构分析

#### 五、企业销售渠道与网络

#### 六、企业竞争优势分析

#### 七、企业最新发展动向分析

### 第三节 C公司

#### 一、企业发展概况分析

#### 二、企业主营业务分析

#### 三、企业经营情况分析

#### 四、企业产品结构分析

#### 五、企业销售渠道与网络



六、企业竞争优势分析

七、企业最新发展动向分析

#### 第四节 D公司

一、企业发展概况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业产品结构分析

五、企业销售渠道与网络

六、企业竞争优势分析

七、企业最新发展动向分析

#### 第五节 E公司

一、企业发展概况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业产品结构分析

五、企业销售渠道与网络

六、企业竞争优势分析

七、企业最新发展动向分析

#### 第六节 F公司

一、企业发展概况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业产品结构分析

五、企业销售渠道与网络

六、企业竞争优势分析

七、企业最新发展动向分析

### 第十一章 茶饮料行业市场分析

#### 第一节 市场规模分析

1. 2016-2018年茶饮料行业市场规模及增速

2. 茶饮料行业市场饱和度

3. 国内外经济形势对茶饮料行业市场规模的影响

#### 4. 2019-2025年茶饮料行业市场规模及增速预测

##### 第二节 市场结构分析

##### 第三节 市场特点分析

1. 茶饮料行业所处生命周期
2. 技术变革与行业革新对茶饮料行业的影响
3. 差异化分析

#### 第十二章 2019-2025年中国茶饮料行业发展趋势分析

##### 第一节 2019-2025年中国茶饮料市场趋势分析

- 一、我国茶饮料市场趋势总结
- 二、2019-2025年我国茶饮料发展趋势分析

##### 第二节 2019-2025年茶饮料发展趋势分析

- 一、2019-2025年茶饮料技术趋势分析
- 二、2019-2025年茶饮料价格趋势分析

##### 第三节 2019-2025年中国茶饮料行业供需预测

- 一、2019-2025年中国茶饮料供给预测
- 二、2019-2025年中国茶饮料需求预测
- 三、2019-2025年中国茶饮料价格预测

##### 第四节 2019-2025年茶饮料行业规划建设

- 一、2019-2025年茶饮料行业整体规划
- 二、2019-2025年茶饮料行业发展预测
- 三、2019-2025年茶饮料行业规划建设

#### 第十三章 茶饮料企业管理策略建议

##### 第一节 市场策略分析

- 一、茶饮料价格策略分析
- 二、茶饮料渠道策略分析

##### 第二节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

##### 第三节 提高茶饮料企业竞争力的策略

- 一、提高中国茶饮料企业核心竞争力的对策
- 二、茶饮料企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响茶饮料企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高茶饮料企业竞争力的策略

#### 第四节 对我国茶饮料品牌的战略思考

- 一、茶饮料实施品牌战略的意义
- 二、茶饮料企业品牌的现状分析
- 三、我国茶饮料企业的品牌战略
- 四、茶饮料品牌战略管理的策略

#### 第五节 建议

#### 图表目录

- 图表：茶饮料产业链分析
- 图表：茶饮料上游供应分布
- 图表：茶饮料下游需求领域
- 图表：茶饮料行业生命周期
- 图表：2016-2018年茶饮料行业市场规模分析
- 图表：2019-2025年茶饮料行业市场规模预测
- 图表：2016-2018年中国茶饮料行业供给规模分析
- 图表：2019-2025年中国茶饮料行业供给规模预测
- 图表：2016-2018年中国茶饮料行业需求规模分析
- 图表：2019-2025年中国茶饮料行业需求规模预测
- 图表：2016-2018年中国茶饮料行业企业数量情况
- 图表：2016-2018年中国茶饮料行业企业竞争结构
- 图表：2016-2018年国内生产总值及其增长速度
- 图表：2016-2018年居民消费价格涨跌幅度
- 图表：2018年居民消费价格比2017年涨跌幅度
- 图表：2016-2018年固定资产投资及其增长速度
- 图表：2016-2018年社会消费品零售总额及其增长速度
- 图表：2018年人口数及其构成
- 图表：2016-2018年农村居民村收入及其增长速度
- 图表：2016-2018年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：中国茶饮料行业投资风险分析

图表：中国茶饮料行业发展趋势预测

略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0702/201906/21-299740.html>