

2015-2022年中国茶饮料市 场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2022年中国茶饮料市场现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/yinliao1509/T12853LGK0.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-09-28

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国茶饮料市场现状分析及投资前景研究报告》共八章。报告介绍了茶饮料行业相关概述、中国茶饮料产业运行环境、分析了中国茶饮料行业的现状、中国茶饮料行业竞争格局、对中国茶饮料行业做了重点企业经营状况分析及中国茶饮料产业发展前景与投资预测。您若想对茶饮料产业有个系统的了解或者想投资茶饮料行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

近些年我国茶叶的产量呈逐年上升的趋势，这为我国茶饮料提供了充足的原材料，使得我国茶饮料生产企业的成本可以维持在一个稳定的水平上，而随着茶饮料市场空间的进一步打开，又将带动茶叶的种植规模的扩大，从而形成一个良好的循环加强模式。随着茶叶的深加工技术完善，茶饮料产业化生产已成为现实，现代人们快节奏的生活方式及追求健康、方便的消费观念，茶饮料生产的迅速成长将是必然的趋势。21世纪的饮料市场将是茶的世界，茶饮料将超过碳酸饮料和咖啡饮料，成为“饮料之王”。茶饮料需求的持续走高也必将拉动茶叶需求的提升。

报告目录：

第一章 茶饮料相关概述15

1.1 茶饮料的成分及分类15

1.1.1 茶饮料的概念15

1.1.2 茶饮料的分类15

1.1.3 茶饮料成分和功效16

1.2 茶饮料的原料和工艺17

1.2.1 茶原料及生产成本17

1.2.2 茶饮料工艺流程17

1.2.3 主要茶饮料工艺流程介绍18

第二章 2013-2015年中国茶饮料行业的发展环境分析20

2.1 2013-2015年经济环境分析20

2.1.1 2013-2015年中国GDP增长分析20

2.1.2 2013-2015年中国居民收入增长情况20

2.1.3	2015年上半年中国宏观经济运行分析	21
2.2	2013-2015年茶饮料政策环境分析	24
2.2.1	《食品安全法》正式实施	24
2.2.2	食品包装国家标准和规定分析	25
2.2.3	饮料制造绿色低碳相关政策分析	25
2.2.4	2015年茶饮料国家标准解读	26
2.2.5	茶饮料国家新标准将出台	28
2.3	2013-2015年茶饮料市场消费环境分析	29
2.3.1	2015年中国人口及分布总体情况	29
2.3.2	2015年中国居民消费与恩格尔系数	30
2.3.3	2015年中国居民饮料消费情况分析	31
2.3.4	2015年中国社会消费品零售总额分析	32
2.3.5	中国人的饮茶习惯及文化环境分析	32
2.4	2013-2015年软饮料行业发展分析	33
2.4.1	2014年中国饮料业行业发展回顾	33
2.4.2	2013-2015年中国软饮料行业发展概况	35
2.4.3	2013-2015年中国软饮料产量情况分析	37
2.4.4	2013-2015年中国软饮料行业经营效益	40

第三章 2013-2015年中国茶饮料行业发展分析42

3.1	中国茶饮料工业发展现状分析	42
3.1.1	中国茶饮料工业的发展历程	42
3.1.2	中国茶饮料行业发展概况	42
3.1.3	茶饮料原料市场发展现状分析	44
3.1.4	首条清洁化茶饮料原料茶生产线投产	45
3.2	2015年中国茶饮料零售规模分析	45
3.2.1	2015年中国茶饮料市场规模分析	45
3.2.2	2015年中国茶饮料市场口味分布	47
3.2.3	2015年中国茶饮料市场品牌份额	47
3.3	2013-2015年中国茶饮料产品结构分析	49
3.3.1	茶饮料市场的细分分析	49
3.3.2	茶饮料的包装材料分析	50

3.3.3	茶饮料的价格定位分析	52
3.4	2013-2015年中国茶饮料市场竞争分析	52
3.4.1	2013-2015年国产茶饮料的竞争格局分析	52
3.4.2	2015年饮料巨头发力茶饮料市场	53
3.4.3	2015年国外茶饮料抢占中国市场	54
3.4.4	2015年茶饮料企业促销竞争分析	54
3.5	2013-2015年茶饮料加工技术进展分析	55
3.5.1	茶饮料澄清过滤技术	55
3.5.2	茶饮料的萃取技术	56
3.5.3	茶饮料的灭菌技术	57
3.5.4	茶饮料的护色技术	58
3.5.5	茶饮料的增香技术	58
3.5.6	茶饮料包装和罐藏技术	59
3.5.7	茶饮料加工技术的发展趋势	60
3.6	2013-2015年中国凉茶市场发展动态分析	60
3.6.1	中国凉茶行业发展现状分析	60
3.6.2	中国凉茶市场竞争格局分析	61
3.6.3	中国规范凉茶饮料原料使用	62
3.6.4	2015年广东凉茶市场发展现状	63

第四章 2015年中国茶叶行业运营分析63

4.1	2015年中国茶叶种植及产量分析	63
4.1.1	2015年中国茶叶种植面积情况	63
4.1.2	2015年中国毛茶叶产量总体情况	64
4.1.3	2015年中国毛茶叶产量结构分析	67
4.1.4	2013-2015年中国精制茶产量总体情况	68
4.1.5	2013-2015年中国精制茶区域产量分析	70
4.2	2015年中国茶叶行业发展运行分析	72
4.2.1	2015年中国茶叶行业发展运行概况	72
4.2.2	2011-2015年中国茶叶企业数量及分布	74
4.2.3	2011-2015年中国茶叶行业销售收入分析	75
4.2.4	2011-2015年中国茶叶行业利润增长情况	76

- 4.32015年中国茶叶细分市场生产和消费分析77
- 4.3.12015年绿茶生产和消费情况分析77
- 4.3.22015年红茶生产和消费情况分析78
- 4.3.32015年乌龙茶生产和消费情况分析78
- 4.3.42015年普洱茶生产和消费情况分析79
- 4.3.52015年花茶生产和消费情况分析80

第五章2013-2015年中国茶饮料行业运营分析81

- 5.12013-2015年中国茶饮料行业运营分析81
 - 5.1.12013中国茶饮料行业发展概况81
 - 5.1.22014中国茶饮料行业发展概况83
- 5.22013-2015年中国茶饮料行业总体运行情况86
 - 5.2.12011-2015年中国茶饮料行业企业数量统计86
 - 5.2.22011-2015年中国茶饮料行业亏损情况分析89
 - 5.2.32011-2015年中国茶饮料行业销售收入分析89
 - 5.2.42011-2015年中国茶饮料行业利润总额分析93
 - 5.2.52011-2015年中国茶饮料行业资产状况分析97
 - 5.2.62011-2015年中国茶饮料行业从业人数统计101
- 5.32013-2015年中国茶饮料行业经营效益分析102
 - 5.3.12013-2015年中国茶饮料行业盈利能力分析102
 - 5.3.22013-2015年中国茶饮料行业偿债能力分析107
 - 5.3.32011-2015年中国茶饮料行业营运能力分析110
- 5.42013-2015年茶饮料行业成本费用结构分析114
 - 5.4.12011-2015年中国茶饮料行业销售成本分析115
 - 5.4.22011-2015年中国茶饮料行业销售费用分析116
 - 5.4.32011-2015年中国茶饮料行业管理费用统计117
 - 5.4.42011-2015年中国茶饮料行业财务费用统计117

第六章2015年中国茶饮品消费者调研分析119

- 6.12015年中国30大城市茶饮品消费分析119
 - 6.1.12015年中国30大城市茶饮品消费概况119
 - 6.1.22015年中国茶饮品消费者生活态度调研120

6.1.3	2015年中国茶饮品消费者的运动活动调研	123
6.2	2015年中国30大城市茶饮品消费调研分析	125
6.2.1	2015年北京市茶饮品消费分析	125
6.2.2	2015年天津茶饮品消费分析	126
6.2.3	2015年太原茶饮品消费分析	128
6.2.4	2015年哈尔滨茶饮品消费分析	129
6.2.5	2015年长春茶饮品消费分析	130
6.2.6	2015年沈阳茶饮品消费分析	131
6.2.7	2015年大连茶饮品消费分析	132
6.2.8	2015年济南茶饮品消费分析	133
6.2.9	2015年青岛茶饮品消费分析	134
6.2.10	2015年南京茶饮品消费分析	136
6.2.11	2015年苏州茶饮品消费分析	137
6.2.12	2015年上海茶饮品消费分析	138
6.2.13	2015年杭州茶饮品消费分析	139
6.2.14	2015年宁波茶饮品消费分析	140
6.2.15	2015年福州茶饮品消费分析	141
6.2.16	2015年厦门茶饮品消费分析	142
6.2.17	2015年合肥茶饮品消费分析	144
6.2.18	2015年南昌茶饮品消费分析	145
6.2.19	2015年郑州茶饮品消费分析	146
6.2.20	2015年长沙茶饮品消费分析	147
6.2.21	2015年武汉茶饮品消费分析	148
6.2.22	2015年广州茶饮品消费分析	149
6.2.23	2015年深圳茶饮品消费分析	150
6.2.24	2015年佛山茶饮品消费分析	152
6.2.25	2015年南宁茶饮品消费分析	153
6.2.26	2015年海口茶饮品消费分析	154
6.2.27	2015年成都茶饮品消费分析	155
6.2.28	2015年重庆茶饮品消费分析	156
6.2.29	2015年昆明茶饮品消费分析	157
6.2.30	2015年西安茶饮品消费分析	158

第七章 2013-2015年中国茶饮料行业重点企业分析160

7.1 可口可乐160

7.1.1 公司简介160

7.1.2 2015年可口可乐中国总体经营态势分析160

7.1.3 可口可乐茶饮料品牌战略分析163

7.1.4 2015年“原叶”茶饮市场推广策略分析163

7.2 百事可乐164

7.2.1 公司简介164

7.2.2 百事“草本乐”产品分析164

7.2.3 2015年百事中国总体经营态势分析165

7.2.4 2015年“草本乐”产品市场推广分析167

7.3 康师傅集团168

7.3.1 公司简介168

7.3.2 2013-2015年康师傅控股经营分析169

7.3.3 2015年康师傅集团总体运营态势分析171

7.3.4 康师傅茶饮研发成功因素分析172

7.3.5 2015年企业发展战略173

7.4 统一集团174

7.4.1 企业简介174

7.4.2 2015年统一中国公司经营分析176

7.4.3 2015年统一集团总体运营态势分析178

7.4.4 2015年统一中国公司发展战略179

7.4.5 统一茶饮料产品介绍180

7.4.6 2015年统一茶饮料生产线投产180

7.5 深圳市深宝实业股份有限公司181

7.5.1 公司简介181

7.5.2 2015年企业经营情况181

7.5.3 2015年茶饮料相关子公司经营情况182

7.5.4 2015年企业运营指标状况183

7.5.5 深宝华城茶饮料技术发展分析185

7.5.6 公司未来发展展望187

7.6加多宝集团	188
7.6.1集团简介	188
7.6.2 北京加多宝饮料有限公司	188
7.6.3浙江加多宝饮料有限公司	190
7.6.4广东加多宝饮料食品有限公司	192
7.6.5福建加多宝饮料有限公司	194
7.7浙江香飘飘食品有限公司	196
7.7.1企业基本情况	196
7.7.2企业偿债能力分析	197
7.7.3企业盈利能力分析	197
7.7.4企业成本费用分析	198
7.8三得利(上海)食品有限公司	199
7.8.1企业基本情况	199
7.8.2企业偿债能力分析	199
7.8.3企业盈利能力分析	200
7.8.4企业成本费用分析	201

第八章 博思数据关于中国茶饮料市场前景和投资分析202

8.1 2015-2022年中国茶饮料行业发展前景分析	202
8.1.1中国饮料业发展趋势分析	202
8.1.2中国茶饮料进入全球市场的机会分析	204
8.1.3 茶饮料新产品研发趋势分析	205
8.22015-2022年中国茶饮料市场规模预测	205
8.2.12015-2022年中国茶饮料零售量预测	205
8.2.12015-2022年中国茶饮料零售额预测	206
8.32015-2022年中国茶饮料行业投资风险分析	207
8.3.1政策风险	207
8.3.2竞争风险	207
8.3.3产品开发和推广风险	208
8.42015-2022年中国茶饮料行业投资建议	208
8.4.1新产品研发建议	208
8.4.2市场维护和拓展建议	208

8.4.3区域市场营销策略209

图表目录:

图表1茶饮料（乌龙茶、红茶、绿茶）成套生产设备及工艺18

图表2主要品类茶饮料工艺流程18

图表32011-2015年中国国内生产总值及增长速度20

图表42011-2015年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图21

图表52011-2015年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图21

图表62015年上半年中国居民社会消费品零售总额统计23

图表72015年中国人口数及其构成情况29

图表82011-2015年中国城市人口及所占比例趋势图30

图表92011-2015年中国城镇居民家庭恩格尔系数30

图表102011-2015年中国农村居民家庭恩格尔系数31

图表112003-2015年城镇居民家庭人均酒和饮料消费支出31

图表122011-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度32

图表132014年中国软饮料行业经济指标统计35

图表142015年中国软饮料行业经济指标统计36

图表152012-2015年中国软饮料产量统计37

图表162012-2015年中国软饮料产量趋势图38

图表172014年中国主要省区软饮料产量及比例38

图表182015年中国主要省区软饮料产量及比例39

图表192011-2015年中国软饮料行业偿债能力趋势图40

图表202011-2015年中国软饮料行业盈利能力趋势图41

图表212011-2015年中国软饮料行业毛利率趋势图41

图表222011-2015年中国软饮料行业营运能力趋势图41

图表232011-2015年中国茶饮料零售量统计（Volume）46

图表242011-2015年中国茶饮料市场规模增长趋势图（Volume）46

图表252011-2015年中国茶饮料零售额统计（Value）46

图表262011-2015年中国茶饮料市场规模增长趋势图（Value）47

图表272011-2015年中国茶饮料各种口味市场占有率47

图表282011-2015年中国茶饮料企业市场占有率（Volume）48

图表292011-2015年中国茶饮料品牌市场占有率（Volume）48

图表302015年中国茶饮料主要企业市场份额（Value）49

图表312011-2015年中国茶饮料品牌市场占有率（Value）49

图表322015年中国即饮茶主要企业市场占有率53

图表33中国凉茶企业品牌发展环境分析61

图表34中国十大凉茶品牌简介61

图表352011-2015年中国茶叶种植面积统计63

图表362011-2015年中国茶叶种植面积统计64

图表372011-2015年中国茶叶产量统计65

图表382011-2015年中国茶叶产量增长趋势图65

图表392011-2015年度中国各地区茶叶产量统计66

图表402011-2015年中国茶叶分产品产量统计67

图表412011-2015年三大类茶产量增速比较图67

图表422015年中国茶叶产品结构比例图67

图表432011-2015年度中国各地区茶叶分产品产量统计68

图表442011-2015年中国精制茶产量统计68

图表452011-2015年中国精制茶产量增长趋势图69

图表462013-2015年中国精制茶产量月度统计表69

图表472013-2015年中国精制茶区域产量统计70

图表482014年中国各地区精制茶产量统计70

图表492015年中国各地区精制茶产量统计71

图表502015年中国茶叶行业经济指标统计72

图表512015年中国茶叶行业前5省区企业数量排名73

图表522015年中国茶叶行业前5省区总资产排名73

图表532015年中国茶叶行业前5省区销售规模排名74

图表542015年中国茶叶行业前5省区利润排名74

图表552011-2015年中国茶叶企业数量统计74

图表562011-2015年中国茶叶行业销售收入统计75

图表572011-2015年中国茶叶行业销售规模增长趋势图75

图表582011-2015年中国茶叶行业利润总额统计76

图表592011-2015年中国茶叶行业利润增长趋势图76

图表602011-2015年中国绿茶产量趋势图77

图表612011-2015年中国红茶产量趋势图78

图表622011-2015年中国乌龙茶产量趋势图79

图表632011-2015年中国普洱茶产量趋势图79

图表642015年中国茶饮料行业经济指标统计81

图表652015年中国茶饮料行业前五省区企业数量排名82

图表662015年中国茶饮料行业前五省区资产总计排名83

图表672015年中国茶饮料行业前五省区销售收入排名83

图表682015年中国茶饮料行业前五省区利润总额排名83

图表692015年中国茶饮料行业经济指标统计84

图表702015年中国茶饮料行业前五省区企业数量排名85

图表712015年中国茶饮料行业前五省区资产总计排名85

图表722015年中国茶饮料行业前五省区销售收入排名86

图表732015年中国茶饮料行业前五省区利润总额排名86

图表742011-2015年中国茶饮料企业数量增长趋势图87

图表752015年中国不同规模的茶饮料企业数量所占份额87

图表762015年中国不同性质的茶饮料企业数量所占份额87

图表772014年中国各省区茶饮料企业数量比较87

图表782015年中国各省区茶饮料企业数量比较88

图表792011-2015年中国茶饮料行业亏损面统计89

图表802011-2015年中国茶饮料行业亏损总额统计89

图表812011-2015年中国茶饮料行业销售收入统计90

图表822011-2015年中国茶饮料行业销售收入增长趋势图90

图表832013-2015年中国不同规模的茶饮料企业销售收入比较91

图表842015年中国不同规模的茶饮料企业销售收入所占份额91

图表852013-2015年中国不同性质的茶饮料企业销售收入比较91

图表862015年中国不同性质的茶饮料企业销售收入所占份额91

图表872015年中国各省区茶饮料行业销售收入比较92

图表882015年中国各省区茶饮料行业销售收入比较93

图表892011-2015年中国茶饮料行业利润总额统计94

图表902011-2015年中国茶饮料行业利润总额增长趋势图94

图表912013-2015年中国不同规模的茶饮料企业利润总额比较94

图表922015年中国不同规模的茶饮料企业利润总额所占份额95

图表932013-2015年中国不同性质的茶饮料企业利润总额比较95

图表942015年中国不同性质的茶饮料企业利润总额所占份额95

图表952014年中国各省区茶饮料行业利润总额比较96

图表962015年中国各省区茶饮料行业利润总额比较97

图表972011-2015年中国茶饮料行业资产总额统计98

图表982011-2015年中国茶饮料行业资产增长趋势图98

图表992013-2015年中国不同规模的茶饮料企业资产总额比较98

图表1002015年中国不同规模的茶饮料企业资产总额所占份额99

图表1012013-2015年中国不同性质的茶饮料企业资产总额比较99

图表1022015年中国不同性质的茶饮料企业资产总额所占份额99

图表1032014年中国各省区茶饮料行业资产总额比较100

图表1042015年中国各省区茶饮料行业资产总额比较101

图表1052011-2015年中国茶饮料行业从业人员统计102

图表1062011-2015年中国茶饮料行业盈利能力趋势图103

图表1072013-2015年中国不同规模的茶饮料企业盈利能力比较103

图表1082013-2015年中国不同性质的茶饮料企业盈利能力比较103

图表1092014年中国各省区茶饮料企业盈利能力比较104

图表1102015年中国各省区茶饮料企业盈利能力比较105

图表1112011-2015年中国茶饮料行业毛利率趋势图106

图表1122011-2015年中国茶饮料行业销售利润率情况106

图表1132011-2015年中国茶饮料行业资产利润率情况107

图表1142011-2015年中国茶饮料行业偿债能力趋势图108

图表1152013-2015年中国不同规模的茶饮料企业偿债能力比较108

图表1162013-2015年中国不同性质的茶饮料企业偿债能力比较108

图表1172014年中国各省区茶饮料企业偿债能力比较109

图表1182015年中国各省区茶饮料企业偿债能力比较110

图表1192011-2015年中国茶饮料行业应收账款周转率情况111

图表1202011-2015年中国茶饮料行业营运能力趋势图111

图表1212013-2015年中国不同规模的茶饮料企业营运能力比较112

图表1222013-2015年中国不同性质的茶饮料企业营运能力比较112

图表1232014年中国各省区茶饮料企业营运能力比较112

图表1242015年中国各省区茶饮料企业营运能力比较113

图表1252011-2015年中国茶饮料行业总资产周转率情况114

图表1262011-2015年中国茶饮料行业成本费用结构构成情况114

图表1272015年中国茶饮料行业成本费用结构构成图115

图表1282011-2015年中国茶饮料行业销售成本统计115

图表1292011-2015年中国茶饮料行业销售成本趋势图116

图表1302011-2015年中国茶饮料行业销售费用统计116

图表1312011-2015年中国茶饮料行业销售费用趋势图116

图表1322011-2015年中国茶饮料行业管理费用统计117

图表1332011-2015年中国茶饮料行业管理费用趋势图117

图表1342011-2015年中国茶饮料行业财务费用统计118

图表1352011-2015年中国茶饮料行业财务费用趋势图118

图表136中国30大城市茶饮品市场需求总体状况119

图表137中国30大城市茶饮品品牌渗透率总体情况119

图表138中国30大城市消费者最经常饮用的茶饮品品牌总体情况120

图表1392015年中国茶饮品消费者的品牌观120

图表1402015年中国茶饮品消费者的广告观121

图表1412015年中国茶饮品消费者的购物投资观121

图表1422015年中国茶饮品消费者的饮食生活观122

图表1432015年中国茶饮品消费者的个性时尚观122

图表1442015年中国茶饮品消费者的工作成就观123

图表1452015年中国茶饮品消费者的科技环保观123

图表1462015年中国茶饮品消费者参加的体育运动124

图表1472015年中国茶饮品消费者的日常休闲活动124

图表148中国北京市茶饮品市场需求状况125

图表149中国北京市茶饮品品牌渗透率情况126

图表150中国北京市消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况126

图表151中国天津茶饮品市场需求状况127

图表152中国天津茶饮品品牌渗透率情况127

图表153中国天津消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况127

图表154中国太原茶饮品市场需求状况128

图表155中国太原茶饮品品牌渗透率情况128

图表156中国太原消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况128

图表157中国哈尔滨茶饮品市场需求状况129

图表158中国哈尔滨茶饮品品牌渗透率情况129

图表159中国哈尔滨消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况129

图表160中国长春茶饮品市场需求状况130

图表161中国长春茶饮品品牌渗透率情况130

图表162中国长春消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况131

图表163中国沈阳茶饮品市场需求状况131

图表164中国沈阳茶饮品品牌渗透率情况131

图表165中国沈阳消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况132

图表166中国大连茶饮品市场需求状况132

图表167中国大连茶饮品品牌渗透率情况132

图表168中国大连消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况133

图表169中国济南茶饮品市场需求状况133

图表170中国济南茶饮品品牌渗透率情况134

图表171中国济南消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况134

图表172中国青岛茶饮品市场需求状况135

图表173中国青岛茶饮品品牌渗透率情况135

图表174中国青岛消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况135

图表175中国南京茶饮品市场需求状况136

图表176中国南京茶饮品品牌渗透率情况136

图表177中国南京消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况136

图表178中国苏州茶饮品市场需求状况137

图表179中国苏州茶饮品品牌渗透率情况137

图表180中国苏州消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况137

图表181中国上海茶饮品市场需求状况138

图表182中国上海茶饮品品牌渗透率情况138

图表183中国上海消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况139

图表184中国杭州茶饮品市场需求状况139

图表185中国杭州茶饮品品牌渗透率情况139

图表186中国杭州消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况140

图表187中国宁波茶饮品市场需求状况140

图表188中国宁波茶饮品品牌渗透率情况140

图表189中国宁波消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况141

图表190中国福州茶饮品市场需求状况141

图表191中国福州茶饮品品牌渗透率情况142

图表192中国福州消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况142

图表193中国厦门茶饮品市场需求状况143

图表194中国厦门茶饮品品牌渗透率情况143

图表195中国厦门消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况143

图表196中国合肥茶饮品市场需求状况144

图表197中国合肥茶饮品品牌渗透率情况144

图表198中国合肥消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况144

图表199中国南昌茶饮品市场需求状况145

图表200中国南昌茶饮品品牌渗透率情况145

图表201中国南昌消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况145

图表202中国郑州茶饮品市场需求状况146

图表203中国郑州茶饮品品牌渗透率情况146

图表204中国郑州消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况147

图表205中国长沙茶饮品市场需求状况147

图表206中国长沙茶饮品品牌渗透率情况147

图表207中国长沙消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况148

图表208中国武汉茶饮品市场需求状况148

图表209中国武汉茶饮品品牌渗透率情况148

图表210中国武汉消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况149

图表211中国广州茶饮品市场需求状况149

图表212中国广州茶饮品品牌渗透率情况150

图表213中国广州消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况150

图表214中国深圳茶饮品市场需求状况151

图表215中国深圳茶饮品品牌渗透率情况151

图表216中国深圳消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况151

图表217中国佛山茶饮品市场需求状况152

图表218中国佛山茶饮品品牌渗透率情况152

图表219中国佛山消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况152

图表220中国南宁茶饮品市场需求状况153

图表221中国南宁茶饮品品牌渗透率情况153

图表222中国南宁消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况153

图表223中国海口茶饮品市场需求状况154

图表224中国海口茶饮品品牌渗透率情况154

图表225中国海口消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况155

图表226中国成都茶饮品市场需求状况155

图表227中国成都茶饮品品牌渗透率情况155

图表228中国成都消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况156

图表229中国重庆茶饮品市场需求状况156

图表230中国重庆茶饮品品牌渗透率情况156

图表231中国重庆消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况157

图表232中国昆明茶饮品市场需求状况157

图表233中国昆明茶饮品品牌渗透率情况158

图表234中国昆明消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况158

图表235中国西安茶饮品市场需求状况159

图表236中国西安茶饮品品牌渗透率情况159

图表237中国西安消费者最经常饮用的茶饮品品牌情况159

图表2382011-2015年康师傅控股分业务营业收入情况170

图表2392011-2015年康师傅控股资产负债表170

图表2402011-2015年康师傅控股利润表170

图表2412011-2015年康师傅控股主要财务指标171

图表242统一集团中国大陆市场布局图175

图表2432015年统一企业中国分业务营业收入情况176

图表2442011-2015年统一企业中国资产负债表177

图表2452011-2015年统一企业中国利润表177

图表2462011-2015年统一企业中国主要财务指标177

图表247统一企业主要茶饮料产品列表180

图表2482015年深圳市深宝实业股份有限公司主营业务分行业情况表182

图表2492015年深圳市深宝实业股份有限公司主营业务分产品情况表182

图表2502015年深圳市深宝实业股份有限公司主营业务分地区情况表182

图表2512006-2015年深圳市深宝实业股份有限公司资产及负债统计184

图表2522006-2015年深圳市深宝实业股份有限公司销售及利润统计184

图表2532006-2015年深圳市深宝实业股份有限公司成本费用统计184

图表2542006-2015年深圳市深宝实业股份有限公司偿债能力情况184

图表2552006-2015年深圳市深宝实业股份有限公司盈利能力情况185

图表2562006-2015年深圳市深宝实业股份有限公司成长能力情况185

图表2572006-2015年深圳市深宝实业股份有限公司营运能力统计185

图表2582015年加多宝集团下属企业主要财务指标188

图表2592015年北京加多宝饮料有限公司资产及负债统计188

图表2602015年北京加多宝饮料有限公司偿债能力统计189

图表2612015年北京加多宝饮料有限公司营运能力统计189

图表2622015年北京加多宝饮料有限公司收入及利润统计189

图表2632015年北京加多宝饮料有限公司盈利能力统计189

图表2642015年北京加多宝饮料有限公司成本费用结构图190

图表2652015年加多宝饮料有限公司成本费用统计190

图表2662011-2015年浙江加多宝饮料有限公司资产负债统计191

图表2672011-2015年浙江加多宝饮料有限公司偿债能力191

图表2682011-2015年浙江加多宝饮料有限公司收入及利润统计191

图表2692011-2015年浙江加多宝饮料有限公司收入增长趋势图191

图表2702011-2015年浙江加多宝饮料有限公司毛利率192

图表2712011-2015年浙江加多宝饮料有限公司销售利润率192

图表2722015年浙江加多宝饮料有限公司成本费用统计192

图表2732005-2015年广东加多宝饮料食品有限公司资产负债统计192

图表2742011-2015年广东加多宝饮料食品有限公司偿债能力193

图表2752005-2015年广东加多宝饮料食品有限公司收入及利润统计193

图表2762005-2015年广东加多宝饮料食品有限公司收入增长趋势图193

图表2772011-2015年广东加多宝饮料食品有限公司毛利率193

图表2782011-2015年广东加多宝饮料食品有限公司销售利润率194

图表2792015年广东加多宝饮料食品有限公司成本费用统计194

图表2802015年广东加多宝饮料食品有限公司成本费用比例图194

图表2812011-2015年福建加多宝饮料有限公司资产负债统计195

图表2822011-2015年福建加多宝饮料有限公司偿债能力195

图表2832011-2015年福建加多宝饮料有限公司收入及利润统计195

图表2842011-2015年福建加多宝饮料有限公司收入增长趋势图195

图表2852011-2015年福建加多宝饮料有限公司毛利率195

图表2862011-2015年福建加多宝饮料有限公司销售利润率196
图表2872015年福建加多宝饮料有限公司成本费用统计196
图表2882011-2015年浙江香飘飘食品有限公司资产负债统计197
图表2892011-2015年浙江香飘飘食品有限公司偿债能力197
图表2902011-2015年浙江香飘飘食品有限公司收入及利润统计197
图表2912011-2015年浙江香飘飘食品有限公司收入增长趋势图198
图表2922011-2015年浙江香飘飘食品有限公司毛利率198
图表2932011-2015年浙江香飘飘食品有限公司销售利润率198
图表2942015年浙江香飘飘食品有限公司成本费用统计198
图表2952011-2015年三得利(上海)食品有限公司资产负债统计199
图表2962011-2015年三得利(上海)食品有限公司偿债能力199
图表2972011-2015年三得利(上海)食品有限公司收入及利润统计200
图表2982011-2015年三得利(上海)食品有限公司收入增长趋势图200
图表2992011-2015年三得利(上海)食品有限公司毛利率200
图表3002011-2015年三得利(上海)食品有限公司销售利润率200
图表3012015年三得利(上海)食品有限公司成本费用统计201
图表3022015年三得利(上海)食品有限公司成本费用比例图201
图表3032015-2022年中国茶饮料市场规模预测 (Volume) 206
图表3042015-2022年中国茶饮料市场规模增长趋势图 (Volume) 206
图表3052015-2022年中国茶饮料市场规模预测 (Value) 206
图表3062015-2022年中国茶饮料市场规模增长趋势图 (Value) 207

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自 国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yinliao1509/T12853LGK0.html>