

2012-2016年凉茶市场专项调研与投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年凉茶市场专项调研与投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/120058.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

凉茶是中草药植物性饮料的通称。广东凉茶是凉茶文化的代表。凉茶，是指将药性寒凉和能消解人体内热的中草药煎水做饮料喝，以消除夏季人体内的暑气，或治疗冬日干燥引起的喉咙疼痛等疾患。凉茶对于广东人，可以说是“生命源于水，健康源于凉茶”。除了清热解毒外，凉茶还可去湿生津、清火、明目、散结、消肿等，还可治目赤头痛、头晕耳鸣、疔疮肿毒和高血压，夏天完全可以当清凉饮料饮用。

2005-2009年的五年中，主要是由于王老吉凉茶的拉动，整个凉茶市场每年的增幅都在30%左右。2011年与2009年相比，王老吉凉茶的销量基本都保持在160亿元左右，没有大的增长，使整个凉茶市场的增幅明显放缓。2010年中国凉茶销售量破2500万吨，超过可口可乐全球销量；其中出口到海外的产品已占到了总量的1/3，美国是最大出口国。

2011年王老吉凉茶饮料的销量在160亿元左右，大约占整个包装凉茶市场份额的70%；和其正凉茶2011年的销量大约在30-40亿元之间；霸王是凉茶市场的新品牌，通过2010年大密度的广告投放，其销量当年增长较快，但不会超过5亿元；凉茶市场的其它品牌主要集中在广东市场，包括邓老、潘高寿、春和堂、上清饮、廿四味、白云山、宝庆堂以及顺牌凉茶等，2011年的销量也没有一家超过5亿元的。

2012年6月28日，广药集团旗下王老吉大健康公司正式与统一、银鹭、惠尔康集团签约代工生产红罐王老吉，同时，包括上述三家企业在内，总计有30多家食品生产、原料和包材供应企业与王老吉大健康公司签署了生产供应战略合作协议。

在广药急于扩产能，加多宝忙于应对之际，和其正、邓老、黄振龙等二三线凉茶品牌动作频频，一款全新的凉茶品牌“吉婆婆”也趁着王老吉和加多宝斗得正酣之际杀入市场。随着原红罐王老吉一家独大时代的结束，凉茶行业将进入战国时代。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年凉茶市场专项调研与投资方向研究报告》共十二章。在对凉茶产品行业的市场现状、发展环境、全球市场境况、竞争调查、区域竞争调查、企业竞争调查进行全面、细致研究的基础上，并对凉茶产品行业内重点企业的产品竞争策略和发展动向进行了深入剖析，另外为还对凉茶产品行业未来市场发展趋势进行了判断，旨在为投资者提供高价值的决策参考。

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。

第一章 2011-2012年中国茶饮料行业发展态势分析

第一节 2011-2012年中国茶饮料行业发展概述

一、中国茶饮料十五年发展变化

二、茶饮料行业特征分析

三、驱动行业发展的宏观因素解析

四、国内外茶饮料包装市场深度解读

第二节2011-2012年中国茶饮料市场运营分析

一、健康意识助推茶饮料市场迅速增长

二、茶饮料原材料等成本上涨导致价格上升

三、中国茶饮料口味市场发展浅析

四、茶饮料与果汁饮料消费需求差异对比解析

第三节2011-2012年中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、茶饮料产品结构分析

三、茶饮料市场结构

四、茶饮料市场容量分析

第二章 2011-2012年中国凉茶行业市场运行环境解析

第一节 2011-2012年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节2011-2012年中国凉茶市场政策环境分析

一、预包装凉茶列入QS认证

二、广州凉茶饮料政策出台

三、王老吉冲剂获F D A认证

第三节2011-2012年中国凉茶市场社会环境分析

一、凉茶具有独特的文化底蕴

二、中国人饮食习惯

第三章 2011-2012年中国凉茶行业市场运行态势剖析

第一节 2011-2012年中国凉茶行业发展动态分析

一、保护凉茶文化

二、利用优势发展凉茶产业，鹤山建凉茶用药材基地

三、广东省凉茶企业投资南非设生产基地

第二节2011-2012年中国凉茶市场发展现状分析

一、2011中国十大凉茶知名品牌榜单出炉

二、2011年凉茶步入发展新阶段

三、容祖儿为清酷凉茶代言

四、2011凉茶的黑马“消消火”凉茶饮料

五、2012年5月广州药业发布公告披露，已将价值千亿的王老吉商标收回

六、2012年6月不怕火凉茶云南市场突击战

第三节 传统凉茶谋求多元化发展

第四节 2011-2012年中国凉茶市场发展的瓶颈

第四章 2007-2012年中国凉茶制造所属行业主要数据监测分析

第一节2007-2012年6月中国茶饮料制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节2012年6月中国茶饮料制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节2007-2012年6月中国茶饮料制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口v 交货值分析

第四节2007-2012年6月中国茶饮料制造行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节2007-2012年6月中国茶饮料制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第五章 2011-2012年中国凉茶市场运营态势分析

第一节 2011-2012年中国凉茶市场动态分析

一、王老吉凉茶市场份额

二、妙朵朵凉茶携手客户进入发展快车道

三、加多宝掘金国产高端水

四、邓老凉茶获珠三角“最可信赖健康消费品牌”

第二节 2011-2012年中国品牌凉茶市场销售情况

一、中国凉茶生产情况

二、中国品牌凉茶销售情况

三、影响市场销售的因素分析

第六章 2010-2011年中国凉茶市场营销解析

第一节 2010-2011年中国凉茶市场营销特点

第二节 2010-2011年中国凉茶市场营销渠道分析

第三节 2010-2011年中国凉茶产业市场营销案例分析

一、市场营销案例:王老吉凉茶

二、黄振龙凉茶的连锁加盟发展之路

三、广东凉茶行业发展的关键点分析

四、金银花唱主角 催生凉茶升级版

五、娃哈哈海宁赠饮万瓶凉茶

第七章 2010-2011年中国凉茶市场消费调研

第一节 受访者基本情况分析

一、受访者性别比例

二、受访者年龄分布

三、受访者月收入情况

四、受访者对凉茶认知情况分析

第二节 2010-2011年中国消费者凉茶消费情况调研

一、消费者喝凉茶的频率分析

二、消费者对凉茶的品牌忠诚度分析

三、消费者对凉茶价格敏感度分析

四、消费者对凉茶满意度调研

第三节 影响消费者购买的因素分析

第八章 2010-2011年中国凉茶市场竞争格局透析

第一节 2010-2011年中国凉茶行业竞争动态分析

一、中国凉茶打败“洋”可乐

二、凉茶步入“百花齐放”

三、广东凉茶图谋全国市场文化为底蕴叫板世界名牌

第二节 2010-2011年中国凉茶市场竞争格局

一、凉茶的品牌时代

二、湖南凉茶竞争激烈 本土品牌瞄准“低糖”

三、深凉茶军团低价“围攻”王老吉

第三节 2010-2011年凉茶市场竞争优势分析

第四节 2012-2016年中国凉茶行业竞争趋势分析

第九章 2010-2012年中国凉茶优势企业竞争力及关键性数据分析（企业可自选）

第一节 广东加多宝饮料食品有限公司（加多宝）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 广州药业股份有限公司（王老吉）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 福建达利食品有限公司（和其正）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 广东星华保健饮料有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 绍兴椰树饮料有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 萍乡市天旺食品饮料厂

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 桂林安和药业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 揭阳市泰和天然植物食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 温州立品康食品饮料有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 广西金赛保健品有限责任公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一节 广西梧州云峰药业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十二节 略.....

第十章 2010-2011年中国凉茶市场相关产品市场动态分析

第一节 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

第二节 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

第三节 乳品饮料

一、乳品饮料调价在即

二、中国乳饮料市场拐点显现

三、乳品饮料业进入外资“抄底”年

四、中国乳品饮料市场发展前景预测

第四节 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、纯净水市场的“纯利润”角逐已开始火热

三、矿泉水新标10月执行 首次严限潜在致癌物溴酸盐

四、饮用水行业:四大趋势促行业平稳发展

第十一章 2012-2016年中国凉茶行业发展趋势与前景展望

第一节2012-2016年中国凉茶行业发展前景分析

一、凉茶市场前景展望

二、凉茶原料前景预测分析

第二节2012-2016年中国凉茶行业发展趋势分析

一、凉茶引领健康新趋势

二、未来凉茶市场趋势分析

三、凉茶市场包装趋势分析

第三节2012-2016年中国凉茶行业市场预测分析

一、凉茶冲剂市场预测分析

二、凉茶产销量2010-2011年将超可口可乐

第四节 2012-2016年中国凉茶市场盈利预测分析

第十二章 2012-2016年中国凉茶行业投资战略研究

第一节2012-2016年中国凉茶行业投资环境分析

第二节2012-2016年中国凉茶行业投资机会分析

一、投资潜力分析

二、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2012-2016年中国凉茶行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、原料供给风险

四、市场运营机制风险

第四节 艾凯数据研究中心投资建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2011年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2012年前二季度中国三产业增加值结构图

图表：2009-2011年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2011年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2011年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2011中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2007-2012年6月中国茶饮料制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2007-2012年6月中国茶饮料制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2007-2012年6月中国茶饮料制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2007-2012年6月中国茶饮料制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2011年中国茶饮料制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2011年中国茶饮料制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2011年中国茶饮料制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2011年中国茶饮料制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2007-2011年6月中国茶饮料制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2007-2012年6月中国茶饮料制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2007-2012年6月中国茶饮料制造出口v 交货值分析 单位：亿元

图表：2007-2012年6月中国茶饮料制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2007-2012年6月中国茶饮料制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2007-2012年6月中国茶饮料制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2007-2012年6月中国茶饮料制造行业主要盈利能力指标分析

图表：广东加多宝饮料食品有限公司主要经济指标走势图

图表：广东加多宝饮料食品有限公司经营收入走势图

图表：广东加多宝饮料食品有限公司盈利指标走势图

图表：广东加多宝饮料食品有限公司负债情况图

图表：广东加多宝饮料食品有限公司负债指标走势图

图表：广东加多宝饮料食品有限公司运营能力指标走势图

图表：广东加多宝饮料食品有限公司成长能力指标走势图

图表：深圳市深晖企业有限公司主要经济指标走势图

图表：深圳市深晖企业有限公司经营收入走势图

图表：深圳市深晖企业有限公司盈利指标走势图

图表：深圳市深晖企业有限公司负债情况图

图表：深圳市深晖企业有限公司负债指标走势图

图表：深圳市深晖企业有限公司运营能力指标走势图

图表：深圳市深晖企业有限公司成长能力指标走势图

图表：中山市嘉乐保健饮料有限公司主要经济指标走势图

图表：中山市嘉乐保健饮料有限公司经营收入走势图

图表：中山市嘉乐保健饮料有限公司盈利指标走势图

图表：中山市嘉乐保健饮料有限公司负债情况图

图表：中山市嘉乐保健饮料有限公司负债指标走势图

图表：中山市嘉乐保健饮料有限公司运营能力指标走势图

图表：中山市嘉乐保健饮料有限公司成长能力指标走势图

图表：广东星华保健饮料有限公司主要经济指标走势图

图表：广东星华保健饮料有限公司经营收入走势图

图表：广东星华保健饮料有限公司盈利指标走势图

图表：广东星华保健饮料有限公司负债情况图

图表：广东星华保健饮料有限公司负债指标走势图

图表：广东星华保健饮料有限公司运营能力指标走势图

图表：广东星华保健饮料有限公司成长能力指标走势图

图表：绍兴椰树饮料有限公司主要经济指标走势图

图表：绍兴椰树饮料有限公司经营收入走势图

图表：绍兴椰树饮料有限公司盈利指标走势图

图表：绍兴椰树饮料有限公司负债情况图

图表：绍兴椰树饮料有限公司负债指标走势图

图表：绍兴椰树饮料有限公司运营能力指标走势图

图表：绍兴椰树饮料有限公司成长能力指标走势图

图表：萍乡市天旺食品饮料厂主要经济指标走势图

图表：萍乡市天旺食品饮料厂经营收入走势图

图表：萍乡市天旺食品饮料厂盈利指标走势图

图表：萍乡市天旺食品饮料厂负债情况图

图表：萍乡市天旺食品饮料厂负债指标走势图

图表：萍乡市天旺食品饮料厂运营能力指标走势图

图表：萍乡市天旺食品饮料厂成长能力指标走势图

图表：桂林安和药业有限公司主要经济指标走势图

图表：桂林安和药业有限公司经营收入走势图

图表：桂林安和药业有限公司盈利指标走势图

图表：桂林安和药业有限公司负债情况图

图表：桂林安和药业有限公司负债指标走势图

图表：桂林安和药业有限公司运营能力指标走势图

图表：桂林安和药业有限公司成长能力指标走势图

图表：揭阳市泰和天然植物食品有限公司主要经济指标走势图

图表：揭阳市泰和天然植物食品有限公司经营收入走势图

图表：揭阳市泰和天然植物食品有限公司盈利指标走势图

图表：揭阳市泰和天然植物食品有限公司负债情况图

图表：揭阳市泰和天然植物食品有限公司负债指标走势图

图表：揭阳市泰和天然植物食品有限公司运营能力指标走势图

图表：揭阳市泰和天然植物食品有限公司成长能力指标走势图

图表：温州立品康食品饮料有限公司主要经济指标走势图

图表：温州立品康食品饮料有限公司经营收入走势图

图表：温州立品康食品饮料有限公司盈利指标走势图

图表：温州立品康食品饮料有限公司负债情况图

图表：温州立品康食品饮料有限公司负债指标走势图

图表：温州立品康食品饮料有限公司运营能力指标走势图

图表：温州立品康食品饮料有限公司成长能力指标走势图

图表：广西金赛保健品有限责任公司主要经济指标走势图

图表：广西金赛保健品有限责任公司经营收入走势图

图表：广西金赛保健品有限责任公司盈利指标走势图

图表：广西金赛保健品有限责任公司负债情况图

图表：广西金赛保健品有限责任公司负债指标走势图

图表：广西金赛保健品有限责任公司运营能力指标走势图

图表：广西金赛保健品有限责任公司成长能力指标走势图

图表：广西梧州云峰药业有限公司主要经济指标走势图

图表：广西梧州云峰药业有限公司经营收入走势图

图表：广西梧州云峰药业有限公司盈利指标走势图

图表：广西梧州云峰药业有限公司负债情况图

图表：广西梧州云峰药业有限公司负债指标走势图

图表：广西梧州云峰药业有限公司运营能力指标走势图

图表：广西梧州云峰药业有限公司成长能力指标走势图

图表：2012-2016年中国凉茶行业市场预测分析

图表：2012-2016年中国凉茶市场盈利预测分析

通过《2012-2016年凉茶市场专项调研与投资方向研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/120058.html>