



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年保健茶市场全景调研与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2012-2016年保健茶市场全景调研与投资战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/211864.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

中国是茶叶的故乡，但现在还不是“饮茶大国”，还有很多国人不经常饮茶。尽管在过去的20年时间里，我国人均茶叶消费量增加了近3倍，但现在，我国人均年茶叶消费量仅为0.4千克，还不到世界人均0.5千克的消费水平。这也说明，我国的茶叶消费市场蕴涵着无限商机。这也是为什么我们把茶产业称为21世纪最有发展前途产业的原因之一。我国目前有净饮茶人口2.6亿，他们的年人均消费量为1.54千克，如果每人每天沏茶增至3杯，那么年人均消费量将达到3.28千克。国内饮茶人口每增加1%，消费量即可增加4万吨；如果饮茶人口达到50%的话，茶叶消费量将达到200万吨。保健茶是以茶为主，配有适量中药，既有茶味，又有轻微药味，并有保健治疗作用的饮料。保健茶首先在西方流行。中国保健茶是以绿茶、红茶或乌龙茶为主要原料，配以确有疗效的单味或复方中药制成；也有用中药煎汁喷在茶叶上干燥而成；或者药液茶液浓缩喷专利权干燥而成。外形颗粒状，易于沸水速溶。2009年保健茶年销售额突破百亿，2010年保健茶年销售额为已过五百亿元，2012年将突破1200亿元。近代，随着人们健康意识增强，在茶饮料市场迅速扩大之后，以传统中草药为主要成分的保健茶已成为饮品市场的新亮点。

未来5年，全球健康饮料将以高于普通饮料增长速度（2%-3%）1倍以上的速度增长。其前景越来越好。专家介绍，在我国各种医书中，记录有1100多种有治疗作用的“茶”类饮品，而近20年中新发展的、有案可查的各类药茶、中草药保健茶就有350种之多。在目前茶市场当中，在茶文化热、有机茶热、保健茶热、名优茶兴起等多种因素下，茶叶的传统区域性消费习惯正在走向分解，取而代之的是更为现代的、多元化的茶叶消费趋势。在人民的生活水平不断提升，生活品味不断提升，对茶文化的品尝也是情有独钟。目前，我国市场上销售的保健茶有银杏茶、灵芝茶、全松茶、火麻茶、枸杞茶、杜仲茶、和胃降酸茶、德裕熙三七茶、菊茶、枇杷竹叶茶、山楂茶等十多个品种。这些保健茶的功能迎合了人们保健意识越来越强的消费需求，尤其受到老年人的喜爱。特别值得注意的是，近年推出的蒲公英特种饮料，就具有清热解毒、消炎、健胃、利尿、散结等功能，可治疗妇女乳痛水仲、咽炎、急性扁桃腺炎和其他热毒诸症，对感冒、黄疸、淋病及肝功能失调引起的皮肤病有很好疗效，还对金黄色葡萄球菌、溶血性链球菌有很强杀伤作用的菊科多年生草本植物（广义上的中草药）的蒲公英，与绿茶配伍而成的，在市场上十分走俏。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家海关总署、质检总局、工商总局、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国食品药品监督管理局、中国保健协会、中国茶叶行业协会、中国上市公司资讯、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，首先介绍保健茶的定义、分类等，然

后分析保健茶行业的发展现状，接着分析保健茶的发展情况。随后阐述保健茶行业的竞争格局和分析重点企业经营状况，最后分析保健茶行业的发展前景与趋势，同时研究部对保健茶行业进行全面的投资分析。本报告是保健茶行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

第一部分 行业运行现状分析

第一章 保健茶行业相关概述 1

第一节 保健茶行业定义 1

第二节 保健茶特点及成分 6

第三节 保健茶功效 7

第二章 中国保健茶行业运行环境分析 10

第一节 2011-2012年中国经济环境分析 10

一、国民经济运行情况 10

二、消费价格指数CPI、PPI 13

三、全国居民收入情况 19

四、恩格尔系数 24

五、工业发展形势 26

六、固定资产投资情况 31

七、中国汇率调整 41

八、对外贸易&进出口 45

第二节 2011-2012年中国保健茶行业政策环境分析 46

一、保健茶行业标准 46

二、保健茶行业相关政策 50

三、保健茶政策 64

第三节 2011-2012年中国保健茶行业社会环境分析 65

一、人口环境分析 65

二、教育环境分析 66

三、文化环境分析 67

四、生态环境分析 68

五、中国城镇化率 69

六、居民的各种消费观念和习惯 72

第三章 中国保健茶消费市场分析 77

第一节 2011-2012年保健茶消费者特征分析 77

一、人口结构分析 77

二、年龄结构分析 78

三、学历结构分析 80

四、职业结构分析 81

五、收入结构分析 85

第二节 2011-2012年保健茶消费者对保健茶选择的调查 86

一、消费者对保健茶种类的选择率调查 86

二、消费者对保健茶品牌选择的调查 88

三、消费者对保健茶消费满意度调查 96

第三节 2011-2012年保健茶行业影响消费者选购因素分析 98

一、价格因素 98

二、质量因素 98

三、品牌的影响 101

四、广告的影响程度 102

第四章 中国保健茶行业市场营销战略分析 103

第一节 保健茶企业营销分析 103

一、保健茶市场营销现状 103

二、保健茶品牌成功因素分析 104

三、保健茶企业营销战略研究 106

第二节 保健茶营销渠道分析 107

一、保健茶销售渠道构成 107

二、保健茶营销渠道策略分析 108

第三节 保健茶行业营销策略分析 110

第四节 保健茶企业成功营销策略分析 114

一、连锁品牌营销策略分析 114

二、广告营销策略分析 117

三、体育（健康）营销策略分析 118

四、电子商务营销策略分析 122

五、主题营销策略分析 125

六、整体营销策略分析 126

第五章 2011-2012年中国保健茶市场运行走势分析 130

第一节 2011-2012年中国保健茶市场运行特点分析 130

一、保健茶产品的多样性 130

二、保健茶价格的模糊性 130

三、市场通路的波动性 130

四、保健茶品牌的可塑性 131

五、包装茶的盈利性 131

第二节 2011-2012年中国保健茶市场热点资讯 134

一、碧生源保健茶将采用IMA最新技术 134

二、福建御道茶业进军东南亚 135

三、黑毛茶类高档保健茶项目 136

四、500吨中草药中间体提取物和100吨保健茶项目 137

第三节 2011-2012年中国保健茶市场运行状况透析 139

一、中药保健茶销量好 139

二、保健茶市场供需分析 140

三、各功效保健茶市场关注情况分析 141

四、保健茶市场消费群分析 142

第四节 2011-2012年中国保健茶热点品种销售情况分析 143

一、罗布麻茶 143

二、银杏茶 150

三、灵芝茶 151

四、冬凌草速溶茶 153

五、冬虫夏草速溶茶 154

第五节 2011-2012年中国保健茶价格分析 154

一、不同级别保健茶价格对比分析 154

二、不同地区保健茶市场价格对比分析 157

三、影响保健茶市场价格的因素分析 159

第六章 2011-2012年中国保健茶细分市场运行状况探析 161

第一节 综合茶（润肠舒胃、排毒养颜、消炎） 161

- 一、主要成份构成 161
- 二、特性及功效 161
- 三、市场动态分析 162
- 第二节 减肥茶 162
 - 一、减肥茶整体现状分析 162
 - 二、减肥茶市场存在的主要问题 163
 - 三、减肥茶市场潜力分析 169
- 第三节 解酒茶 171
- 第四节 明目健脑防辐射茶 171
- 第五节 润肠茶 171
- 第六节 降三高茶 172
- 第七节 助眠安神茶 172
- 第八节 美肤茶 173
- 第九节 排毒养颜茶 177
- 第十节 其它 178
 - 一、清除尼古丁去焦油茶 178
 - 二、补肾壮阳茶 178

第二部分 行业全景调研

- 第七章 中国保健茶行业数据监测 179
 - 第一节 2011-2012年保健茶行业总体规模分析 179
 - 一、2011-2012年保健茶企业数量结构分析 179
 - 二、2011-2012年保健茶行业生产规模分析 181
 - 第二节 2011-2012年保健茶行业产销分析 183
 - 一、2011-2012年保健茶行业产成品情况总体分析 183
 - 二、2011-2012年保健茶行业产品销售收入总体分析 185
 - 第三节 2011-2012年保健茶行业盈利能力分析 186
 - 一、保健茶行业销售利润率 186
 - 二、保健茶行业成本费用利用率 186
 - 三、保健茶行业亏损面 187
 - 第四节 2011-2012年保健茶行业偿债能力分析 188
 - 一、保健茶行业资产负债比率 188

二、保健茶行业利息保障倍数 188

第五节 2011-2012年保健茶行业营运能力分析 188

一、保健茶行业应收帐款周转率 188

二、保健茶行业总资产周转率 189

第六节 2011-2012年保健茶行业发展能力分析 190

一、保健茶行业总资产增长率 190

二、保健茶行业利润总额增长率 191

三、保健茶行业主营业务收入增长率 191

四、资本保值增长率 192

第七节 2011-2012年保健茶市场发展分析 192

一、2011年保健茶市场运行分析 192

二、2011年保健茶市场发展分析 193

三、2012年保健茶市场走势分析 193

第八章 2011-2012年世界保健茶行业整体运营状况分析 194

第一节 2011-2012年世界保健茶运行环境浅析 194

第二节 2011-2012年世界保健茶行业市场发展格局 195

一、保健茶市场特征分析 195

二、国外流行的保健茶解析 197

三、世界保健茶市场动态分析 198

四、日本复合保健茶开发技术 200

第三节 2011-2012年世界保健茶品牌主要国家分析 202

一、美国保健茶产业投资运行分析 202

二、风靡日本的保健茶产业探析 203

第九章 中国保健茶行业发展现状分析 206

第一节 2011-2012年保健茶行业发展现状 206

一、保健茶行业发展概况 206

二、保健茶行业生产状况分析 206

第二节 2011-2012年保健茶企业发展分析 207

一、保健茶企业发展动态分析 207

二、保健茶企业发展存在的问题 208

三、保健茶企业战略发展分析 210

- 1、政策的支持 210
- 2、企业的多元化 210
- 3、新的资本注入 211
- 4、产业的变化 211
- 5、市场的发展 211
- 6、茶文化的宣传 212

第三节 2011-2012年保健茶行业经济运行分析 213

- 一、2011-2012年保健茶行业产值分析 213
- 二、2011-2012年保健茶行业效益分析 214
- 三、2011-2012年保健茶行业进口分析 216
- 四、2011-2012年保健茶行业出口分析 217

第四节 2011-2012年保健茶市场发展分析 218

- 一、2011年保健茶市场分析 218
- 二、2011年保健茶市场变化分析 223
- 三、2012-2016年保健茶市场走势分析 224

第五节 保健茶行业面临的挑战及发展建议 225

- 一、保健茶行业发展面临的难题 225
- 二、：保健茶行业发展建议 227

第十章 中国保健茶药品行业发展分析 230

第一节 2011-2012年保健茶行业发展现状 230

- 一、保健茶行业的发展史 230
- 二、保健茶市场变化分析 235
- 三、保健茶质量情况分析 236
- 四、保健茶市场现状分析 238

第二节 2011-2012年保健茶市场供需分析 239

- 一、保健茶产值分析 239
- 二、保健茶需求分析 239
- 三、影响保健茶市场需求的因素 241
- 1、消费者的区域性差异 242
- 2、不同城市的保健品购买率 242

- 3、购买目的与对保健品的看法 242
- 4、关于保健品购买的相关性 243
- 第三节 保健茶行业生产分析 243
 - 一、产品及原材料进口、自有比例 243
 - 1、茶叶出口分析 243
 - 2、茶叶进口分析 244
 - 二、国内产品及原材料生产基地分布 245
 - 三、产品及原材料产业集群发展分析 252
 - 四、2010-2012年产品及原材料产能情况分析 257

第十一章 中国保健茶行业发展分析 259

第一节 2011-2012年保健茶市场发展分析 259

- 一、我国保健茶市场发展分析 259
- 二、中国保健茶的发展方向分析 261
- 三、中草药保健茶发展潜力分析 262

第二节 2011-2012年保健茶出口状况分析 262

- 一、保健茶出口数量及金额分析 262
- 二、保健茶主要出口市场分析 263

第三节 2011-2012年保健茶行业存在的问题及对策 265

- 一、保健茶产品问题分析 265
- 二、保健茶行业存在的问题 266

- 1、茶叶单产低 266
- 2、劳动效率低 266
- 3、组织化程度低 267
- 4、茶叶的标准化程度低 267
- 5、缺乏龙头企业 267

三、：针对保健茶的解难 268

- 1、把握市场热点转换 268
- 2、发展名优茶，兼顾大宗茶 268
- 3、打造茶叶品牌 269
- 4、发展茶产品深加工 270
- 5、关注茶文化产业的发展 270

- 四、保健茶行业品牌策略分析 271
- 五、提高保健茶市场竞争力策略分析 272
 - 1、政策的支持 272
 - 2、企业的多元化 272
 - 3、新的资本注入 273
 - 4、产业的变化 273
 - 5、市场的发展 274
 - 6、茶文化的宣传 274

第三部分 行业竞争格局分析

第十二章 中国保健茶行业竞争格局分析 276

第一节 2011-2012年保健茶行业竞争结构分析 276

- 一、保健茶种类品牌竞争 276
- 二、保健茶技术创新竞争 278
- 三、保健茶销售渠道竞争 279

第二节 2011-2012年保健茶区域市场格局分析 279

第十三章 中国保健茶市场竞争分析 280

第一节 2011-2012年保健茶行业集中度分析 280

- 一、保健茶市场集中度分析 280
- 二、保健品区域集中度分析 280
- 三、保健品企业集中度分析 281

第二节 2011-2012年保健茶市场竞争分析 281

- 一、保健茶市场竞争现状分析 281
- 二、保健茶企业竞争动态分析 282
- 三、保健茶行业竞争策略研究 282

第十四章 我国主要保健茶行业重点企业分析 285

第一节 北京新天龙保健茶英山有限公司 285

- 一、企业基本情况 285
- 二、主营业务 286
- 三、企业发展趋势分析 286

第二节 北京绿山九保健茶有限公司 286

一、企业基本情况 286

二、主营业务 286

三、企业竞争优势分析 286

第三节 北京市天龙保健茶有限公司 287

一、企业基本情况 287

二、企业经营战略 288

三、企业创新能力 288

第四节 安徽天方茶业（集团）有限公司 288

一、企业基本情况 288

二、发展规模分析 289

三、企业竞争力分析 289

第五节 山东省济正保健品有限公司 290

一、企业基本情况 290

二、企业发展经营情况 290

三、企业竞争优势分析 290

四、企业发展战略 290

第六节 中国茶叶股份有限公司 291

一、企业基本情况 291

二、经营模式 291

三、销售市场 291

第七节 碧生源控股有限公司 292

一、企业简介 292

二、2011-2012年企业经营情况 298

三、2010-2012年公司财务状况 300

第四部分 行业趋势预测

第十五章 中国保健茶行业发展前景分析 301

第一节 2012-2016年保健茶市场发展潜力分析 301

第二节 2012-2016年保健茶产品市场发展前景分析 301

第十六章 中国保健茶行业发展趋势分析 302

第一节 对保健茶市场发展预测 302

一、2012-2016年保健品市场供给预测 302

二、2012-2016年保健品市场销量预测 302

三、2012-2016年保健品市场规模预测 302

第二节 2012-2016年保健茶市场发展趋势 302

一、2012-2016年保健茶行业发展趋势 302

二、2012-2016年保健茶市场发展趋势 304

1、保健茶发展趋势之产品的发展 304

2、保健茶发展趋势之渠道变化 305

3、保健茶发展趋势之经营管理 305

4、保健茶发展趋势之促销变革 305

第五部分 行业投资战略研究

第十七章 保健茶整体行业发展规划分析 307

第一节 2012-2016年保健茶行业发展规划分析 307

一、保健茶行业发展机会分析 307

二、保健茶市场投资机遇分析 308

三、保健茶行业发展规划分析 312

第二节 2012-2016年保健茶行业投资分析 313

一、保健茶市场投资现状 313

二、保健茶市场投资机会分析 314

三、对保健茶市场投资分析 315

第三节 2012-2016年保健茶行业投资风险分析 315

一、2012-2016年保健茶行业市场风险预测 315

二、2012-2016年保健茶行业政策风险预测 317

三、2012-2016年保健茶行业经营风险预测 319

四、2012-2016年保健茶行业竞争风险预测 320

五、2012-2016年保健茶行业其他风险预测 320

第四节 2012-2016年保健茶行业投资战略分析 321

一、保健茶市场投资策略分析 321

二、保健茶细分市场投资策略分析 322

三、对保健茶行业的投资建议 323

第十八章 中国保健茶行业发展战略研究 325

第一节 市场策略分析 325

一、保健茶价格策略分析 325

二、保健茶渠道策略分析 326

第二节 销售策略分析 326

一、媒介选择策略分析 326

二、产品定位策略分析 327

三、企业宣传策略分析 332

第三节 对我国保健茶品牌的战略思考 337

一、企业品牌的重要性分析 337

二、保健茶实施品牌战略的意义 338

三、保健茶企业品牌的现状分析 339

四、我国保健茶企业的品牌战略 341

五、保健茶品牌战略管理的策略 342

第四节 保健茶企业经营管理策略 356

一、成本控制策略 356

二、定价策略 357

三、竞争策略 357

四、并购重组策略 359

五、营销策略 360

图表目录

图表：2006-2011年农村居民人均收入及其增长速度 13

图表：2006-2011年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 14

图表：2012年1-6月全国居民消费价格指数 15

图表：2012年7月份居民消费价格分类同比增长 17

图表：2012年7月份居民消费价格分类别环比增长 18

图表：2012年1-7月我国居民消费价格增长 18

图表：2011年居民消费价格月度涨跌幅度 20

图表：2011年居民消费价格同比涨幅 20

图表：2012年前2季度城镇单位劳动报酬 23

图表：2012年前2季度城镇国有单位劳动报酬 23

图表：2012年前2季度城镇集体单位劳动报酬 23

图表：2012年前2季度城镇其它单位劳动报酬 24

图表：2012年7月份全国规模以上企业工业生产运行 26

图表：民间固定资产投资和固定资产投资（不含农户）增速情况 31

图表：2012年1-7月民间固定资产投资主要数据 32

图表：城镇固定资产投资完成额-按产业 34

图表：城镇固定资产投资完成额-按隶属关系 35

图表：2011年固定资产增速情况（不含农户） 37

图表：固定资产来源增速情况 37

图表：东、中、西部固定资产增速情况 38

图表：投资的四个板块组成图 38

图表：2006-2011全社会固定资产投资及增长速度 40

图表：受访者人群特征 88

图表：各地购买的首要考虑因素 95

图表：购买的首要考虑因素 95

图表：消费者对保险产品满意度调查 97

图表：消费者对保健品不满意方面的调查 97

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业企业单位数波动性 179

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业企业单位数在工业中的排名 179

图表：2010年1-11月茶饮料及其他饮料制造行业企业数量机构分析 180

图表：2010年1-11月茶饮料及其他饮料制造行业不同规模企业分析 180

图表：2010年1-11月茶饮料及其他饮料制造行业企业控股类型 180

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业资产合计波动性 181

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业资产合计在工业中的排名 181

图表：2009年-2010年茶饮料及其他饮料制造行业地位变化 182

图表：2011年1-3月-2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业生产规模分析 182

图表：2012年1-5月茶饮料与其他饮料制造业产量全国及各省市统计 183

图表：2012年1-6月茶饮料与其他饮料制造业产量全国及各省市统计 184

图表：2012年1-5月茶饮料及其他饮料制造行业规模以上企业工业销售产值 185

图表：2011年1-12月茶饮料制造业工业销售产值及增长率统计 185

图表：2012年1-5月茶饮料及其他饮料制造行业规模以上企业工业销售产值 185

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业销售利润率波动性 186

图表：2011年1-3月-2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业销售利润率 186

图表：2011年1-3月-2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业成本费用利用率 186

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业亏损面的波动性 187

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业亏损面在工业中的排名 187

图表：2011年1-3月-2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业亏损面 187

图表：2011年1-3月-2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业资产负债比率 188

图表：2011年1-3月-2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业利息保障倍数 188

图表：2011年1-3月-2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业应收账款周转率 188

图表：2011年1-3月-2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业总资产周转率 189

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业存货周转率在工业中的排名 189

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业存货周转率的波动性 189

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业资产合计增长率波动性 190

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业资产合计增长率在工业中的排名 190

图表：2011年1-3月-2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业总资产增长率 191

图表：2011年1-3月-2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业利润总额增长率 191

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业主营业务收入增长率波动性 191

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业主营业务收入增长率在工业中的排名 192

图表：2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业资本保值增长率 192

图表：2012年1-3月茶饮料及其他饮料制造行业资本保值增长率 192

图表：2012年1-5月茶饮料及其他饮料制造行业规模以上企业工业总产值 213

图表：2012年1-6月茶饮料及其他饮料制造行业规模以上企业工业总产值 213

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业主营业务收入波动性 213

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业利润总额在工业中的排名 214

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业利润总额波动性 214

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业利润总额在工业中的排名 215

图表：2009年-2011年茶饮料及其他饮料制造行业利润总额增长率波动性 215

图表：2011年1-6月我国软饮料制造业财务利润统计表 216

图表：2012年1-6月茶饮料及其他软饮料制造业流动资产合计 216

图表：2011年1-12月全国主要饮料产品进口金额统计 216

图表：2011年1-12月全国主要饮料进口数量统计 216

图表：2012年1-5月全国主要饮料进口数据统计 217

图表：2012年1-6月全国主要饮料进口数据统计 217

图表：2012年1-6月全国主要饮料出口数据统计 217

图表：2012年1-5月茶饮料及其他软饮料制造业出口交货值统计 218

图表：2012年1-6月茶饮料及其他软饮料制造业出口交货值统计 218

图表：对辅食保健品市场的评价 221

图表：对辅食保健品市场的评价孩子年龄差异 222

图表：对辅食保健品市场的评价家庭收入差异 222

图表：对辅食保健品市场的评价城市规模差异 223

图表：全国部份城市购买保健品的比例 242

图表：2011年1-12月全国主要饮料产品出口金额统计 262

图表：2011年1-12月全国主要饮料出口数量统计 262

图表：近年崛起的世界茶叶产量与进口大国 263

图表：近年崛起的世界茶叶产量与进口大国 264

图表：2009年-2010年茶饮料及其他饮料制造行业利润总额 280

图表：2009年-2010年茶饮料及其他饮料制造行业主营业务收入 280

图表：2009年-2010年茶饮料及其他饮料制造行业资产合计 280

图表：北京天龙保健茶英山有限公司详情 285

图表：北京天龙保健茶英山有限公司武汉分公司详情 285

图表：北京天龙保健茶有限公司概况 287

图表：山东省济正保健品有限公司介绍 290

图表：碧生源常润茶产品详细 297

图表：2011-2012年碧生源控股有限公司综合损益表 298

图表：2010-2012年碧生源控股有限公司资产负债率表 299

图表：2010-2012年碧生源控股有限公司资产负债率表 299

图表：2010-2012年碧生源控股有限公司重要财务指标表 300

图表：消费者对保健饮料利益需求示意图 328

图表：市场对保健饮料产品的需求方式 329

图表：保健饮料产品对接市场的利益满足 329

图表：保健饮料传达的概念示意图 330

图表：消费群体对功能饮料产品的需求方式 330

图表：保健饮料终端选项 331

图表：销售网络体现 332

略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/211864.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。