

2017-2023年中国养生茶行业市场深度分析及投资 前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国养生茶行业市场深度分析及投资前景预测报告》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.chyxx.com/research/201710/571558.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

报告目录：

第一章 中国养生茶产品概述 10

第一节 养生茶产品定义 10

第二节 养生茶产品分类 10

第二章 养生茶市场宏观环境分析 12

第一节 中国宏观经济分析 12

第二节 中国人口结构分析 14

第三节 人民生活情况分析 15

第四节 居民消费支出分析 17

第三章 养生茶市场相关政策分析 19

第一节 养生茶市场监管部门分析 19

第二节 中国保健品行业相关政策 19

第三节 保健品行业相关政策法规 23

第四章 中国保健品市场发展分析 27

第一节 保健品市场行业现状 27

一、保健品企业结构 27

二、保健品产品分类 27

三、保健品市场结构 27

四、保健品营销模式 28

五、保健品竞争形势 29

第二节 中国保健品市场分析 29

一、保健品市场规模 29

二、保健品产品结构 30

第五章 养生茶市场发展分析 31

第一节 国外养生茶发展概况 31

一、国际养生茶现状分析 31

二、国外主要养生茶产品 31

第二节 中国养生茶发展现状 33

第三节 养生茶市场特性分析 34

第四节 养生茶生产要求和原则 34

第五节 养生茶市场发展瓶颈 35

一、养生茶市场份额小 35

二、产品的质量难保证 35

三、市场的标准不健全 35

第六节 养生茶市场存在问题 35

第七节 养生茶企业发展建议 36

第六章 中国养生茶市场需求分析 37

第一节 中国养生茶市场规模 37

第二节 养生茶市场需求分析 37

第七章 中国养生茶品牌竞争力分析 39

第一节 中国减肥茶品牌竞争分析 39

一、减肥茶品牌竞争分析 39

二、减肥茶产品价格分析 39

第二节 中国润肠茶品牌竞争分析 41

一、润肠茶品牌竞争分析 41

二、润肠茶产品价格分析 42

第三节 三高平衡茶品牌竞争分析 43

一、三高平衡茶品牌竞争分析 43

二、三高平衡茶产品价格分析 44

第八章 养生茶企业盈利能力比较分析 46

第一节 主要企业利润总额比较 46

第二节 主要企业销售毛利率比较 46

第三节 主要企业营业利润率比较 46

第四节 主要企业总资产利润率比较 47

第五节 主要企业成本费用利润率比较 47

第九章 碧生源养生茶品牌案例分析 48

第一节 碧生源市场结构分析 48

第二节 碧生源产品结构分析 49

第三节 碧生源电商渠道分析 49

第四节 碧生源营销成本分析 49

第五节 碧生源价格变动分析 50

第六节 碧生源品牌推广分析 51

第七节 碧生源品牌策略分析 51

第十章 2014-2016年中国养生茶所属产品进出口分析 53

第一节 2014-2016年中国养生茶所属产品进口分析 53

一、养生茶所属产品进口数量情况 53

二、养生茶所属产品进口金额情况 53

三、养生茶所属产品进口来源分析 54

四、养生茶所属产品进口均价分析 55

第二节 2014-2016年中国养生茶所属产品出口分析 55

一、养生茶所属产品出口数量情况 55

二、养生茶所属产品出口金额情况 55

三、养生茶所属产品出口流向分析 56

四、养生茶所属产品出口均价分析 57

第三节 中国养生茶出口前景分析 57

第十一章 中国养生茶市场渠道分析 58

第一节 商超渠道分析 58

第二节 药店渠道分析 58

第三节 电商渠道分析 59

第四节 电商渠道分析 60

第五节 直销渠道分析 60

第十二章 中国养生茶生产企业情况 62

第一节 养生茶主要生产企业 62

第二节 减肥茶生产企业名单 63

第三节 银杏茶主要生产企业 65

第十三章 养生茶生产企业运营分析 66

第一节 北京澳特舒尔保健品开发有限公司 66

一、企业发展基本情况 66

二、企业养生茶产品分析 66

三、企业主要经济指标 68

四、企业经营效益分析 69

五、企业竞争优势分析	69
六、企业发展战略分析	70
第二节 北京御生堂保健食品有限公司	70
一、企业发展基本情况	70
二、企业养生茶产品分析	71
三、养生茶产品销量分析	72
第三节 广东大印象（集团）有限公司	72
一、企业发展基本情况	72
二、企业主要产品分析	73
三、企业销售网络分析	75
四、企业竞争优势分析	77
第四节 安徽天方茶业（集团）有限公司	77
一、企业发展基本情况	77
二、企业主要产品分析	78
三、企业主要经济指标	79
四、企业经营效益分析	80
五、企业销售网络分析	80
第五节 湖南天天清茶业有限公司	80
一、企业发展基本情况	80
二、企业养生茶产品分析	81
三、企业主要经济指标	82
四、企业经营效益分析	83
五、企业销售网络分析	83
六、企业竞争优势分析	83
第六节 山东永春堂集团有限公司	84
一、企业发展基本情况	84
二、企业养生茶产品分析	84
三、企业主要经济指标	85
四、企业经营效益分析	86
五、企业发展优势分析	86
六、企业发展战略分析	87
第七节 江西省修水神茶实业有限公司	87
一、企业发展基本情况	87
二、企业养生茶产品分析	88
三、企业主要经济指标	90

四、企业经营效益分析 91

五、企业销售网络分析 91

六、企业竞争优势分析 91

第八节 北京绿山九保健茶有限公司 92

一、企业发展基本情况 92

二、企业养生茶产品分析 92

三、企业营销网络分析 95

四、企业竞争优势分析 96

第九节 江西省宁红集团公司 97

一、企业发展基本情况 97

二、企业主要产品分析 98

三、企业生产能力分析 98

四、企业销售网络分析 98

五、企业竞争优势分析 99

第十节 北京市天龙保健茶有限公司 99

一、企业发展基本情况 99

二、企业主要产品分析 100

三、企业销售网络分析 101

四、企业竞争优势分析 102

第十四章 2017-2023年养生茶市场发展前景分析 103

第一节 中国保健品发展前景分析 103

第二节 中国中药保健品前景分析 103

第三节 中国养生茶市场前景分析 104

第十五章 2017-2023年中国养生茶市场发展趋势 106

第一节 中国保健茶市场发展趋势 106

第二节 中国养生茶市场发展趋势 106

第十六章 2017-2023年中国养生茶市场发展预测 107 (ZY CW)

第一节 中国保健品市场规模预测 107

第二节 中国养生茶市场规模预测 107

第三节 中国养生茶市场发展建议 108

部分图表目录：

- 图表1 2012-2016年中国国内生产总值及增长变化趋势图 12
- 图表2 2014-2016年国内生产总值构成及增长速度统计 13
- 图表3 2008-2016年中国人口总量增长趋势图 14
- 图表4 2016年中国人口数量及其构成情况统计 15
- 图表5 2001-2016年中国城镇居民及农村居民家庭恩格尔系数统计 16
- 图表6 2012-2016年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 17
- 图表7 2008-2016年中国城镇居民人均现金消费支出额增长趋势图 18
- 图表8 城镇居民家庭平均每人现金消费支出构成图 18
- 图表9 《保健食品产品技术要求规范》附件1 25
- 图表10 中国不同规模保健食品制造企业数量所占份额 27
- 图表11 中国保健食品主要品牌与中小品牌市场份额占比 28
- 图表12 2008-2016年中国保健品零售规模趋势图 30
- 图表13 2016年中国保健品产品结构图 30
- 图表14 养生茶行业生命周期各阶段特点 34
- 图表15 2012-2016年养生保健茶市场规模统计 37
- 图表16 中国主要减肥茶品牌 39
- 图表17 主要减肥茶品牌价位分析 40
- 图表18 中国润肠茶主要品牌 41
- 图表19 主要润肠茶品牌价位分析 42
- 图表20 中国三高平衡茶主要品牌 43
- 图表21 主要三高平衡茶品牌价位分析 44
- 图表22 2016年主要企业利润总额比较 46
- 图表23 2016年主要企业销售毛利率比较 46
- 图表24 2016年主要企业营业利润率比较 47
- 图表25 2016年主要企业总资产利润率比较 47
- 图表26 2016年主要企业成本费用利润率比较 47
- 图表27 碧生源常润茶占中国市场所有于零售药房销售的通便产品的市场份额 48
- 图表28 碧生源减肥茶占中国市场所有于零售药房销售的减肥产品的市场份额 48
- 图表29 2016年碧生源控股集团产品结构分析 49
- 图表30 2014-2016年碧生源广告费用比较分析 50
- 图表31 2014-2016年碧生源广告费用与总营销费用比较分析 50
- 图表32 2014-2016年以茶、马黛茶及其浓缩精汁为基本成分的制品进口数量 53
- 图表33 2014-2016年以茶、马黛茶及其浓缩精汁为基本成分的制品进口金额 53
- 图表34 2016年以茶、马黛茶及其浓缩精汁为基本成分的制品进口来源地情况 54
- 图表35 2016年以茶、马黛茶及其浓缩精汁为基本成分的制品进口来源地结构图 54

- 图表36 2014-2016年以茶、马黛茶及其浓缩精汁为基本成分的制品进口均价 55
- 图表37 2014-2016年以茶、马黛茶及其浓缩精汁为基本成分的制品出口数量统计 55
- 图表38 2014-2016年以茶、马黛茶及其浓缩精汁为基本成分的制品出口金额 55
- 图表39 2016年以茶、马黛茶及其浓缩精汁为基本成分的制品出口流向情况 56
- 图表40 2016年以茶、马黛茶及其浓缩精汁为基本成分的制品出口流向结构图 57
- 图表41 2014-2016年以茶、马黛茶及其浓缩精汁为基本成分的制品出口均价 57
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201710/571558.html>