

2017-2023年中国茶产业市场分析预测及发展趋势 研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国茶产业市场分析预测及发展趋势研究报告》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.chyxx.com/research/201708/552906.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

茶，汉语词汇，音cha（学名：Camellia sinensis (L.) O. Ktze.），是中国特有的一种著名饮品，遍销海内外。

灌木或小乔木，嫩枝无毛。叶革质，长圆形或椭圆形，先端钝或尖锐，基部楔形，上面发亮，下面无毛或初时有柔毛，边缘有锯齿，叶柄无毛。花白色，花柄有时稍长；萼片阔卵形至圆形，无毛，宿存；花瓣阔卵形，基部略连合，背面无毛，有时有短柔毛；子房密生白毛；花柱无毛。蒴果3球形或1-2球形，高1.1-1.5厘米，每球有种子1-2粒。花期10月至翌年2月。

野生种遍见于中国长江以南各省的山区，为小乔木状，叶片较大，常超过10厘米长，长期以来，经广泛栽培，毛被及叶型变化很大。茶叶可作饮品，含有多种有益成分，并有保健功效。

智研咨询发布的《2017-2023年中国茶产业市场分析预测及发展趋势研究报告》共十三章。首先介绍了茶相关概念及发展环境，接着分析了中国茶规模及消费需求，然后对中国茶市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国茶面临的机遇及发展前景。您若想对中国茶有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章2016-2017年世界茶产业发展态势分析29

第一节2016-2017年世界茶叶市场运行形势分析29

一、茶叶市场发展规律及一般特点29

二、发展优质绿茶最有重大战略意义30

三、袋泡茶及茶叶精深加工对茶业发展的意义分析32

第二节茶叶科技的世纪回顾与前瞻34

一、二十世纪世界茶叶生产和贸易的发展34

二、茶叶科技对世界茶业发展的作用分析39

（一）科学技术对世界茶叶生产的促进作用39

（二）一个世纪来世界重要茶叶科技进展的回顾48

三、二十一世纪展望49

（一）茶叶的消费将持续增长49

（二）茶叶产品结构趋向多样化50

（三）茶叶贸易格局将发生变化50

（四）科学技术在未来茶业发展中将发挥更大的作用52

第三节未来十年世界绿茶出口市场增速将超红茶53

第四节2016-2017年部分国家茶业、茶市场发展形势分析54

一、2016-2017年印度茶产业发展形势54

二、斯里兰卡茶叶生产情况分析56

三、日本茶叶市场分析58

四、美国绿茶消费量猛增59

五、近年来俄罗斯茶叶市场态势分析60

第二章2016-2017年中国黑茶行业市场发展环境解析61

第一节2016-2017年中国宏观经济环境分析61

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)61

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）63

三、全国居民收入情况（季度更新）67

四、恩格尔系数（年度更新）68

五、工业发展形势（季度更新）69

六、固定资产投资情况（季度更新）72

七、中国汇率调整（人民币升值）74

八、对外贸易&进出口76

第二节2016-2017年中国茶叶市场政策环境分析78

一、湖南省益阳市发展茶产业多项政策出台78

二、茶叶执行新国标79

三、出口茶叶将实施质量新标准82

四、茶叶出口欧盟又有新规定83

第三节2016-2017年中国黑茶市场社会环境分析84

一、人口环境分析84

二、教育环境分析85

三、文化环境分析85

四、生态环境分析88

五、中国城镇化率91

六、居民的各种消费观念和习惯92

第三章2016-2017年我国茶产业发展态势分析96

第一节2016-2017年中国茶叶行业运行综述96

一、国内茶产业由传统向现代过渡96

二、我国茶叶需从名茶走向品牌97

三、我国茶业连锁模式分析98

四、中国茶叶行业对科技的需求分析	99
五、我国茶企积极寻求新市场	102
第二节2016-2017年中国茶叶质量状况分析	104
一、茶叶产业水平及质量变化	104
二、茶叶产业存在的主要质量问题	105
三、中国茶叶农残检测能力领先国际先进水平	109
四、《出口茶叶质量安全控制规范》实施对茶产业的影响	109
第三节2016-2017年中国茶叶产业的经营管理分析	110
一、茶叶经营决策应遵循的标准	110
二、茶叶市场监督与管理中应坚持的原则	111
三、茶叶企业信息管理系统的几大管理原则	120
四、茶叶企业公众关系运用需掌握的几项原则	121
第四节2016-2017年中国茶产业热点问题探讨与策略应对	122
一、阻碍中国茶业发展的五大因素	122
二、中国茶叶行业期待四个突破	123
三、发展我国茶业的六大措施	124
四、我国发展无公害茶园的策略分析	127
五、茶叶综合利用及其产品开发途径	130
第四章2016-2017年我国茶产业主要细分市场分析	134
第一节绿茶	134
一、江西绿茶业发展态势分析	134
二、贵州绿茶业发展态势分析	138
三、湖北绿茶业发展态势分析	139
四、中国绿茶第一县名山县发展状况及发展战略分析	141
第二节红茶	141
一、我国红茶价格走势、价格走势影响因素及其对茶市影响分析	141
二、宁德标准化红茶生产线	146
三、“祁门红茶”跻身中国茶叶区域公用品牌价值10强	151
四、百年“祁红”又添新标准	153
五、近年来我国红茶拓张问题分析	153
第三节冲饮品	156
一、我国冲饮品产区及品种分析	156
二、我国冲饮品消费者消费行为特征分析	156
三、我国冲饮品的营销策略分析	157
（一）采取一价制的营销方式	157

(二) 品牌战略158

(三) 包装策略158

第四节花茶158

一、我国茉莉花茶产销形势分析158

(一) 当前我国茉莉花茶产销基本情况158

(二) 存在的主要问题161

(三) 发展建议164

二、福建茉莉花茶正在重新崛起165

三、近年来广西横县茉莉花茶业发展态势167

第五节普洱茶174

一、我国普洱茶市场走势分析174

二、我国普洱茶市场竞争形势分析175

第六节铁观音茶177

一、铁观音之乡面临多茶种竞争177

二、安溪铁观音秋茶市场形势及铁观音茶市场竞争形势分析179

三、我国铁观音茶叶发展态势与发展方向分析181

四、铁观音茶业品牌经营策略分析183

第五章2016-2017年我国主要省份茶叶业发展形势分析185

第一节云南185

一、云南精制茶生产情况分析185

二、云南茶叶产业发展态势分析185

三、云南普洱茶市形势新变化分析188

四、“小散弱”是云南茶叶产业发展的瓶颈191

五、电子商务助推云南茶产业营销升级换代193

第二节福建195

一、福建精制茶市场规模分析195

二、福建茶企发展与竞争形势分析196

三、闽茶业快速发展中存在的问题分析198

第三节浙江200

一、浙江茶业运行现状分析200

二、浙江茶业存在问题分析204

三、浙江省建立全国首个茶叶外贸预警点在208

第四节湖南209

一、湖南茶业市场产销形势分析209

二、湖南省茶叶出口业发展态势分析215

- (一) 湖南省茶叶出口的主要优势215
- (二) 湖南省茶叶出口存在的主要问题217
- (三) 湖南省扩大茶叶出口要抓的主要工作218
- 三、湖南黑茶市场分析220
- 第五节安徽221
 - 一、名优皖茶发展优势分析221
 - 二、安徽茶叶品牌发展态势及其对茶业经济的作用223
 - 三、安徽茶产业发展难题225
 - 四、安徽省提升茶产业综合竞争力战略分析227
- 第六章2016-2017年中国茶业市场形势及茶消费状况分析231
 - 第一节近年来我国茶业市场形势分析231
 - 一、茶叶市场特性分析231
 - (一) 茶叶产品的多样性231
 - (二) 商品茶价格的模糊性234
 - (三) 市场通路的波动性235
 - (四) 茶叶品牌的可塑性235
 - (五) 包装茶的盈利性236
 - 二、当前我国茶产业发展过程中的四大特点分析236
 - 三、我国茶叶批发市场发展趋势分析238
 - 第二节我国茶叶消费市场发展趋势分析246
 - 一、茶文化营销把我国茶业带入“微利区域”246
 - 二、未来我国茶叶市场消费趋势分析247
 - 三、“有机茶”消费市场发展走势分析248
 - 第三节年轻人茶叶消费对我国茶产业发展的意义分析250
 - 第四节茶饮料的发展态势与茶饮料的市场竞争潜力分析253
 - 一、茶饮料的发展态势与茶饮料的市场竞争潜力253
 - 二、可口可乐“加码”茶饮料市场的五年规划254
 - 三、北京今麦郎进军冰红茶的成与败256
 - 四、“雪碧冰+茶”引领饮料混搭新风尚261
 - 第五节我国茶饮料包装市场形势分析263
 - 一、近年来我国茶饮料包装市场形势分析263
 - 二、我国茶叶包装发展速度滞后264
 - 三、茶叶包装设计与制作多元化发展形势分析267
- 第七章2013-2016年中国精制茶加工行业数据监测分析269
 - 第一节2013-2016年中国精制茶加工行业规模分析269

一、企业数量增长分析269

二、从业人数增长分析269

三、资产规模增长分析270

第二节2016年中国精制茶加工行业结构分析271

一、企业数量结构分析271

(一)不同企业规模分析271

(二)不同所有制形式分析271

二、销售收入结构分析272

(一)不同企业规模分析272

(二)不同所有制形式分析273

第三节2013-2016年中国精制茶加工行业产值分析273

一、产成品增长分析273

二、工业销售产值分析274

三、出口交货值分析275

第四节2013-2016年中国精制茶加工行业成本费用分析276

一、销售成本统计276

二、费用统计278

第五节2013-2016年中国精制茶加工行业盈利能力分析279

一、主要盈利指标分析279

二、主要盈利能力指标分析280

第八章2013-2016年中国茶，不论是否加香料（0902）进出口数据监测分析282

第一节2013-2016年中国茶，不论是否加香料进口数据分析282

一、进口数量分析282

二、进口金额分析282

第二节2013-2016年中国茶，不论是否加香料出口数据分析283

一、出口数量分析283

二、出口金额分析284

第三节2013-2016年中国茶，不论是否加香料进出口平均单价分析284

第四节2013-2016年中国茶，不论是否加香料进出口国家及地区分析285

一、进口国家及地区分析285

二、出口国家及地区分析285

第九章2016-2017年中国茶叶市场竞争格局分析287

第一节2016-2017年我国茶叶国际市场竞争力分析287

一、我国茶叶国际市场竞争力现状287

二、我国茶叶产业国际竞争力的SWOT分析288

- (一) 我国茶叶产业国际竞争力的显性指标分析288
- (二) 我国茶叶产业竞争力的SWOT分析290
- 第二节我国茶叶国际市场竞争力提升策略分析294
 - 一、提升中国茶业国际竞争力的总体思路294
 - 二、提升我国茶叶国际市场竞争力在产品策略与营销策略分析294
- 第三节我国茶品牌与洋品牌竞争态势分析295
 - 一、洋茶和国茶的市场竞争形势295
 - 二、我国茶业缺乏强势品牌产品及企业298
 - 三、洋茶立顿的市场攻略分析301
 - 四、我国茶业品牌竞争与发展策略分析303
- 第四节我国茶叶连锁店缺少有力竞争模式304
 - 一、连锁的竞争与发展优势分析304
 - 二、我国茶叶连锁经营是一条难走的路305
 - 三、我国茶叶连锁店的两个发展方向306
- 第五节我国茶叶产品同质化问题及提升企业产品竞争力策略分析307
 - 一、产品同质化的市场形势下我国茶叶企业突破产品壁垒的必要性307
 - 一、我国茶叶企业提升企业产品竞争力策略311
- 第六节新兴茶企在竞争中寻找突破口策略分析313
 - 一、品质控管是核心313
 - 二、探寻市场是路径314
 - 三、打造品牌是关键315
- 第七节八马茶业茶产业竞争与发展的标准化战略分析315
- 第十章2016-2017年中国茶叶市场营销分析320
 - 第一节2016-2017年中国茶叶的经营模式问题分析320
 - 第二节2016-2017年我国茶叶营销存在的误区分析322
 - 一、“文化”的误区322
 - 二、产品的误区323
 - 三、意识的误区324
 - 四、营销的误区326
 - 五、企业管理的误区326
 - 第三节2016-2017年我国茶叶市场的主要营销模式分析327
 - 一、天福茗茶的连锁店模式327
 - 二、立顿的超市模式328
 - 三、红女吃茶的品类模式328
 - 四、传统的茶叶批发市场模式329

第四节龙润茶从立顿到天福模式的经营模式转变分析329

第五节当前我国茶市场茶店1+1模式分析333

- 一、茶叶消费市场茶文化馆现象分析333
- 二、茶会所功能分析333
- 三、休闲功能对茶店营销的作用与意义分析334
- 四、终端茶店的经营模式经营核心分析335
- 五、凸显特色对茶店1+1模式的意义分析335

第六节我国茶业企业茶叶营销渠道环境问题分析336

- 一、当前我国茶叶销售面临的渠道问题及茶企因对策略分析336
- 二、茶企扩张渠道虚胖问题分析338

第七节我国茶业企业茶叶营销策略及营销创新问题分析340

- 一、茶叶市场营销组合运用的原则340
- 二、我国茶叶营销策略分析341
 - (一) 品牌塑造策略341
 - (二) 市场分销策略341
 - (三) 产品开发策略341
 - (四) 商品茶价格策略343
 - (五) 市场促销策略344
 - (六) 社会资源整合策略344
- 三、我国茶馆经营现状及营销模式创新分析345
- 四、名山茶业茶叶传统销售模式创新分析346

第八节我国茶叶企业掌握市场主动权和品牌话语权策略分析349

第九节茶叶企业品牌营销策略分析354

- 一、我国茶叶企业品牌营销核心问题分析354
- 二、我国茶叶品牌误区分析356
- 三、我国茶叶品牌定位的一般策略分析363
- 四、我国名优茶叶的品牌定位策略366
 - (一)、品牌建设的核心分析366
 - (二)、给品牌定位的若干方向分析367
- 五、品牌文化内涵及茶业企业品牌文化建设策略分析371
- 六、我国茶业企业品牌的市场策略分析374

第十节我国茶业企业“炒作”营销策略分析376

第十一节我国茶业企业网络营销分析377

- 一、当前市场形势下茶叶网络销售的优势分析377
- 二、我国茶企业开展电子商务策略分析378

(一)	传统茶叶上网销售是电子商务发展的必然结果	378
(二)	C2C电子商务平台助推茶叶上网	378
(三)	独立茶叶网店的销售模式及其发展策略	379
第十二节	茶市各终端业态现状及发展方向与前景分析	381
一、	当前茶叶市场的变化走势及茶市各终端业态现状	381
二、	我国茶业现代销售业态发展方向与前景分析	383
第十一章	2016-2017年中国茶叶行业部分重点企业经营动态分析	387
第一节	尚客茶品	387
一、	公司简介	387
二、	尚客茶品在电子商务茶行业发展态势分析	387
三、	尚客茶品迅速成长的黄金定律	388
四、	尚客茶品发展策略分析	390
五、	尚客茶品网络营销策略分析	391
六、	尚客茶品将健康茶叶与时尚文化完美结合的营销策略分析	391
第二节	正园春茶业(福建)股份有限公司	393
一、	公司简介	393
二、	茶园管理模式	393
三、	品牌核心价值	394
四、	正园春茶业东南市场营销战略启动	394
第三节	康师傅控股有限公司	395
一、	公司简介	395
二、	康师傅出招茶饮料巩固行业老大地位	395
三、	康师傅控股投资10亿南昌建饮料生产基地	397
第五节	龙润茶集团有限公司	397
一、	公司简介	397
二、	近年来龙润茶集团发展同台及发展战略分析	398
三、	龙润茶借“国礼”谋求新市场	399
四、	龙润茶450万元收购茶物语品牌及加盟网络	400
五、	龙润茶通路快建发展策略分析	400
第十二章	2016-2017年中国茶业龙头企业关键性数据分析	403
第一节	湖南兰岭绿态茶叶有限公司	403
一、	企业概况	403
二、	企业主要经济指标分析	404
三、	企业盈利能力分析	405
四、	企业偿债能力分析	406

五、企业运营能力分析408

六、企业成长能力分析410

第二节象山义超茶叶有限公司411

一、企业概况411

二、企业主要经济指标分析412

三、企业盈利能力分析412

四、企业偿债能力分析413

五、企业运营能力分析415

六、企业成长能力分析417

第三节云南双江勐库茶叶有限责任公司418

一、企业概况418

二、企业主要经济指标分析420

三、企业盈利能力分析421

四、企业偿债能力分析422

五、企业运营能力分析424

六、企业成长能力分析426

第四节黄山市松萝有机茶叶开发有限公司427

一、企业概况427

二、企业主要经济指标分析428

三、企业盈利能力分析429

四、企业偿债能力分析430

五、企业运营能力分析432

六、企业成长能力分析434

第五节宜昌萧氏茶叶集团有限公司435

一、企业概况435

二、企业主要经济指标分析437

三、企业盈利能力分析437

四、企业偿债能力分析439

五、企业运营能力分析441

六、企业成长能力分析443

第六节岳阳市洞庭山茶叶有限公司444

一、企业概况444

二、企业主要经济指标分析444

三、企业盈利能力分析445

四、企业偿债能力分析446

五、企业运营能力分析448

六、企业成长能力分析450

第七节福州满堂香茶叶有限公司451

一、企业概况451

二、企业主要经济指标分析451

三、企业盈利能力分析452

四、企业偿债能力分析453

五、企业运营能力分析455

六、企业成长能力分析457

第八节福建福安市城湖茶叶有限公司458

一、企业概况458

二、企业主要经济指标分析458

三、企业盈利能力分析459

四、企业偿债能力分析460

五、企业运营能力分析462

六、企业成长能力分析464

第九节福建坦洋工夫茶叶股份有限公司465

一、企业概况465

二、企业主要经济指标分析466

三、企业盈利能力分析466

四、企业偿债能力分析468

五、企业运营能力分析470

六、企业成长能力分析472

第十节大悟县悟道茶叶合作社有限责任公司473

一、企业概况473

二、企业主要经济指标分析473

三、企业盈利能力分析473

四、企业偿债能力分析474

五、企业运营能力分析476

六、企业成长能力分析478

第十三章2017-2023年我国茶叶行业发展趋势及发展策略分析（ZY ZF）480

第一节近年来我国茶业发展状况分析480

一、我国特许经营体系下的茶产业发展形势及发展特点480

二、近年来我国茶业发展成就481

三、我国有机茶产业发展态势分析491

四、我国茶产业发展的未来出路品牌打造是关键493

第二节我国茶业发展问题分析494

一、茶叶多个部门管理问题494

二、茶文化过度茶消费不足问题494

三、茶叶生产销售待创新问题495

第三节我国茶业发展中的茶文化问题及其影响分析496

一、我国茶业发展中的茶文化问题496

二、我国茶业发展中的茶文化问题对茶企发展的影响497

（一）茶文化制约了茶企的商业模式创新497

（二）茶文化误导了茶企的经营思想497

（三）茶文化制约了消费需求的市场开发498

第四节今后时期我国茶行业发展变局分析498

一、资本进入498

二、智力进入500

三、科技进入500

第五节我国茶叶市场的现状与品牌化发展问题分析501

一、近年来我国茶叶市场发展状况分析501

二、我国茶产业发展潜力与挑战分析502

三、茶叶品牌化制约我国茶叶行业发展502

四、我国茶产业发展策略分析505

（一）贯彻品牌战略505

（二）加快资源整合步骤506

（三）提高管理水平507

（四）引进专业的团队508

五、我国茶企的品牌发展模式探索509

六、我国茶叶品牌发展策略分析510

七、做好茶叶品牌要有“三要”和“三不要”511

八、茶业品牌实现永续发展的策略513

第六节地域品牌与我国茶业品牌化问题分析517

一、地域品牌与我国茶业品牌化问题分析517

二、打造茶叶品牌地方政府需注意的关键问题分析522

第七节我国茶业发展模式创新问题分析530

一、市场环境消费需求的变化与我国茶企的战略调整问题530

二、我国茶叶营销的变革方向分析531

三、我国茶企的商业模式构建策略分析534

四、建立以客户为中心的经营价值链对茶企发展的意义分析535

五、茶业企业盈利模式设计问题分析536

六、茶叶体验营销策略构建问题分析537

第八节我国茶业老字号走出去问题及发展策略分析539

一、我国茶业老字号的走出去难问题539

二、我国茶业老字号实现走出去的发展策略分析540

图表目录：

图表12012年世界十大产茶国产量、占有率位次38

图表22005年 季度—2016年 季度国内生产总值季度累计同比增长率（%）61

图表32016年12月居民消费价格主要数据63

图表42005年12月—2016年12月居民消费价格指数（上年同月=100）64

图表52012-2016全国居民人均可支配收入67

图表62016年全国居民人均消费支出及构成68

图表72005年12月—2016年12月工业增加值月度同比增长率（%）69

图表82005年1-12月—2016年1-12月固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）72

图表92005年12月—2016年12月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）76

图表102016年年末人口数及其构成84

图表112012-2016学校招生人数85

图表122012-2016研究与发展经费支出86

图表132016年专利申请受理、授权和有效专利情况86

图表142012-2016万元国内生产总值能耗降低率89

图表152012-2016清洁能源消费比重89

图表162016年1-4月云南省精制茶产量统计数据表185

图表172016年1-4月福建省精制茶产量统计数据表195

图表182014年6月-2016年湖南茶叶进出口215

图表19安徽省茶叶种植面积225

图表20安徽省茶叶产量225

图表212012-2016年我国精制茶加工行业规模企业个数269

图表222012-2016年我国精制茶加工行业从业人员269

图表232012-2016年我国精制茶加工行业资产合计及增长情况270

图表242012-2016年我国精制茶加工行业资产合计及增长对比270

图表252016-2017年我国精制茶加工行业不同规模企业数量分布图271

图表262016-2017年我国精制茶加工行业不同所有制企业数量分布图271

图表272016-2017年我国精制茶加工行业不同规模企业销售收入分布图272

图表282016-2017年我国精制茶加工行业不同所有制企业销售收入分布图273

图表292012-2016年我国精制茶加工行业产成品及增长情况274

图表302012-2016年我国精制茶加工行业产成品及增长对比274

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201708/552906.html>