

中国大红袍茶叶行业商业运营现状全景调研及十三五发展前景预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国大红袍茶叶行业商业运营现状全景调研及十三五发展前景预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/230802230802.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

金融危机以来，国家围绕“保增长、调结构”采取了一系列调控政策，为我国大红袍茶叶行业提供了较为宽松的国内发展环境，使大红袍茶叶行业从2008年下半年以来的困境中得到了缓解和恢复。我国大红袍茶叶行业也在加快产业结构调整、转变发展方式，为茶叶行业持续发展提供了动力和支撑。在全球经济不景气、国际市场持续低迷的情况下，我国大红袍茶叶行业仍然呈现出了企稳回升、发展逐渐向好的良好局面。

虽然大红袍茶叶行业发展很快，但是市场存在的一些问题不容忽视，如市场无序竞争、产品质量下降、创新乏力等。大红袍茶叶行业的规划和发展需要建立在充分市场调研的基础之上，大红袍茶叶市场管理需要认清市场经济条件下政府和企业的角色定位，大红袍茶叶市场有序运行需要完善市场交易规则和各项制度。

2012年全国大红袍茶叶生产保持了增长态势，大红袍茶叶消费市场将呈现多样化趋势。大红袍茶叶品牌化和特色茶文化成为营销主流，各地更加重视打造知名品牌和开发名优特色产品，高附加值的品牌茶消费会继续增长，精深加工茶和保健茶消费特别是方便、快捷的袋泡茶、速溶茶以及茶食品、茶饮品等消费量将呈增长态势。

收入水平的提高将逐步带动消费升级，下游客户对大红袍茶叶消费的要求也不断提升。随着人们消费水平的提高和对健康的关注，消费者对大红袍茶叶质量、安全将会日益重视。同时，随着生活水平的提高，消费能力的提升，除传统的口感需求以外，消费者对于大红袍茶叶品牌和质量等需求也会不断加强。

由于大红袍茶叶生产受地域限制，下游客户在品种的选择上多以当地或邻近产地的产品为主。在传统上，由于交通运输不便，人口流动性小，大红袍茶叶消费也因此呈现出一定的地域性特征。近年来交通运输与物流业的快速发展，以及人员在各地域间的迁徙、流动越发频繁，逐步带动了大红袍茶叶产品在产地外区域的推广，大红袍茶叶企业的销售半径不断扩大，运输时间缩短，消费者可以更方便、快捷地购买到各品种的大红袍茶叶，品饮习惯的区域性特征将会逐步淡化。

我国传统的大红袍茶叶生产多以家庭为单位，大红袍茶叶加工企业规模小而分散，加工方式以传统手工作坊为主。这类企业技术与管理水平较低，产品质量不稳定，无品牌或品牌知名度低，且营销能力较弱，在竞争中处于劣势。进行大规模产业化生产，有利于提高大红袍茶叶企业的生产效率，建立自有品牌，更有效的保证产品质量稳定安全。随着下游客户和消费者对产品品牌、质量要求的日益提高，规模化、产业化、机械化生产方式将成为大红袍茶叶行业发展的必然趋势。

多元而完善的销售渠道能够提升品牌知名度，是消费品生产企业形成市场竞争优势的关键。与传统的单店单一经营模式相比，连锁经营可通过复制销售终端式，塑造企业品牌在该品类大红袍茶叶中的形象与地位，更有利于产品推广。从市场发展来看，大规模连锁经营等复合销售模式是大红袍茶叶销售的必经之路。

中国报告网发布的《中国大红袍茶叶行业商业运营现状全景调研及十三五发展前景预测报告》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

报告大纲：

第一部分行业发展概述

第一章中国大红袍茶叶行业发展概述

第一节大红袍茶叶行业发展情况

一、大红袍茶叶定义

二、大红袍茶叶行业发展历程

第二节大红袍茶叶产业链分析

一、产业链介绍

二、大红袍茶叶产业链分析

第三节2013-2015年中国大红袍茶叶行业经济指标分析

一、产品赢利性和管理模式

二、附加值的提升空间

三、进入壁垒/退出机制

四、竞争激烈程度指标

五、行业发展周期

第二章大红袍茶叶发展环境及政策分析

第一节中国经济发展环境分析

一、中国宏观经济发展现状

二、中国宏观经济趋势预测

第二节行业相关政策、法规、标准

第二部分市场发展分析

第三章中国大红袍茶叶市场运行分析

第一节大红袍茶叶行业市场发展基本情况

一、市场现状分析

二、市场规模分析

三、市场技术发展状况

第二节行业市场工业总产值分析

- 一、2013-2015年市场工业总产值分析
- 二、2013-2015年不同规模企业工业总产值分析
- 三、2013-2015年不同所有制企业工业总产值比较
- 四、2013-2015年行业市场工业总产值地区分布
- 第四章2013-2015年中国大红袍茶叶行业的国际比较分析
 - 第一节中国大红袍茶叶行业的国际比较分析
 - 一、中国大红袍茶叶行业竞争力指标分析
 - 二、国际大红袍茶叶行业竞争力指标分析
 - 第二节全球大红袍茶叶行业市场需求分析
 - 一、市场规模现状
 - 二、需求结构分析
 - 三、市场前景展望
- 第五章中国大红袍茶叶行业经济运行指标分析
 - 第一节2013-2015年中国大红袍茶叶行业总体规模分析
 - 一、企业数量结构分析
 - 二、行业生产规模分析
 - 第二节2013-2015年中国大红袍茶叶行业产销分析
 - 一、行业产成品情况分析
 - 二、行业产品销售收入分析
 - 第三节2013-2015年中国大红袍茶叶行业财务指标总体分析
 - 一、行业盈利能力分析
 - 二、行业偿债能力分析
 - 三、行业营运能力分析
 - 四、行业发展能力分析
 - 第四节大红袍茶叶产业链的分析
 - 一、主要环节的增值空间
 - 二、行业进入壁垒和驱动因素
 - 三、上下游行业影响及趋势分析
- 第三部分行业竞争分析
- 第六章区域市场情况深度研究
 - 第一节大红袍茶叶行业主要市场大区发展状况及竞争力研究
 - 一、华北市场分析
 - 二、华中市场分析
 - 三、华南市场分析
 - 四、华东市场分析

五、东北市场分析

六、西南市场分析

七、西北市场分析

第二节大红袍茶叶重点地区销售分析

一、大红袍茶叶华北地区销售分析

二、大红袍茶叶华中地区销售分析

三、大红袍茶叶华南地区销售分析

四、大红袍茶叶华东地区销售分析

五、大红袍茶叶东北地区销售分析

六、大红袍茶叶西南地区销售分析

七、大红袍茶叶西北地区销售分析

第七章大红袍茶叶市场竞争格局分析

第一节2013-2015年行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节行业集中度分析

第三节大红袍茶叶企业竞争策略分析

一、2016-2020年我国大红袍茶叶市场竞争趋势

二、2016-2020年大红袍茶叶行业竞争格局展望

三、2016-2020年大红袍茶叶行业竞争策略分析

第八章大红袍茶叶行业用户度分析

第一节大红袍茶叶产业用户认知程度

第二节大红袍茶叶产业用户关注因素

第九章领先企业发展分析

第一节中国茶叶股份有限公司

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、经营状况分析

四、公司发展战略分析

第二节浙江省茶叶集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、经营状况分析

四、公司发展战略分析

第三节浙江华发茶业有限公司

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、经营状况分析

四、公司发展战略分析

第四节北京吴裕泰茶业股份有限公司

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、经营状况分析

四、公司发展战略分析

第五节印象大红袍（厦门）茶业有限公司

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、经营状况分析

四、公司发展战略分析

第六节武夷星茶业有限公司

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、经营状况分析

四、公司发展战略分析

第七节武夷山奇苑茶业有限公司

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、经营状况分析

四、公司发展战略分析

第八节厦门茶叶进出口有限公司

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、经营状况分析

四、公司发展战略分析

第九节安徽茶叶进出口有限公司

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、经营状况分析

四、公司发展战略分析

第十节湖南省茶业集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、经营状况分析

四、公司发展战略分析

第四部分投.资发展分析

第十章2016-2020年大红袍茶叶行业发展趋势及影响因素

第一节大红袍茶叶市场前景分析

一、大红袍茶叶行业政策

二、大红袍茶叶行业发展前景分析

第二节大红袍茶叶未来发展预测分析

第三节2016-2020年大红袍茶叶行业供需预测

第四节影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、科研开发趋势及替代技术进展

四、影响企业销售与服务方式的关键趋势

五、大红袍茶叶行业存在问题

第十一章2016-2020年大红袍茶叶行业投.资方向与风险分析

第一节产业发展的空白点分析

第二节大红袍茶叶行业投.资潜力与机会

第三节新进入者应注意的障碍因素

第四节2016-2020年中国大红袍茶叶行业投.资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第十二章行业发展环境与渠道分析

第一节全国经济发展背景分析

一、2015年宏观经济数据分析

二、2015年宏观政策环境分析

三、"十二五"发展规划分析

第二节主要城市发展背景分析

- 一、主要城市区域市场特点分析
- 二、主要城市社会经济现状分析
- 三、未来主要城市经济发展预测

第三节主要商圈发展趋势分析

- 一、各城市主要商圈渠道情况
- 二、各城市主要商圈销售规模分析
- 三、各城市主要商圈发展趋势分析

第四节大红袍茶叶行业社会环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2015年社会环境发展分析
- 三、大红袍茶叶产业发展对社会发展的影响

第十三章2016-2020年大红袍茶叶行业市场策略分析

第一节消费者调查研究

- 一、消费者生活方式调查
- 二、消费者品牌忠诚度调查
- 三、消费者的消费理念调研

第二节营销分析与营销模式推荐

第三节多元化策略分析

- 一、行业多元化策略研究
- 二、上下游行业策略分析

第四节广告投放策略分析

- 一、2013-2015年广告投放方式变化分析
- 二、2013-2015年广告投放总量变化分析
- 三、2016-2020年广告投放策略分析

第五节品牌策略分析

第六节大红袍茶叶行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第七节对我国大红袍茶叶品牌的战略思考

- 一、大红袍茶叶品牌的重要性
 - 二、大红袍茶叶实施品牌战略的意义
 - 三、大红袍茶叶企业品牌的现状分析
 - 四、我国大红袍茶叶企业的品牌战略
 - 五、大红袍茶叶品牌战略管理的策略
- 第八节大红袍茶叶行业投资战略研究
- 一、2016-2020年行业投资战略
 - 二、2016-2020年细分行业投资战略
- 图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/230802230802.html>