

2019年中国茶市场分析报告- 行业调查与发展商机研究

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《2019年中国茶市场分析报告-行业调查与发展商机研究》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/shipin/411528411528.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

茶：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。

我国是农业大国，长期以来国家和地方一直把农业放在国民经济发展的首位，不断推出一系列惠农政策。茶叶是农产品的一类，是农民脱贫致富的重要途径之一，各地方政府都很重视对茶业的支持。

茶在中国历史上有着悠远的历史。中国是茶叶的发源地，是世界上最早发现、繁育栽培茶树，加工、利用茶叶的国家，也是世界上最大的茶叶生产国、消费国和贸易国之一。自2005年超过印度后，中国成为了世界第一大茶叶生产国。

近年来我国茶产量不断，根据数据显示，2017年，湖北、贵州、陕西、江西等省的茶种植面积分别增加23.6万亩、21.5万亩、19.3万亩、15万亩。产量方面，2017年达到258万吨，据测算2018年我国茶叶产量达到277.6万吨左右。

2013-2018年中国茶叶产量统计情况 数据来源：中国茶叶流通协会

销售市场不断增长，截止至2017年我国茶叶市场销售额达到了2353亿元，同比增长9.54%。未来五年年均复合增长率约为9.01%，预计到2023年将达4,010亿元。

2013-2018年中国茶叶消费统计情况 数据来源：中国茶叶流通协会

2019-2023年中国茶叶市场销售额预测 数据来源：中国茶叶流通协会

目前，茶叶市场中绿茶、乌龙茶占据主要份额，尤其是绿茶，占市场份额50%以上，但近年的产量比重在逐渐下降。同时，普洱茶、红茶、白茶等其他茶叶市场占比在逐年上升。

各类茶类产量占比 数据来源：中国茶叶流通协会（GYWWJP）

【报告大纲】

第一章 2015-2018年世界茶产业发展态势分析

第一节 2015-2018年世界茶叶市场运行形势分析

- 一、茶叶市场发展规律及一般特点
- 二、发展优质绿茶最有重大战略意义
- 三、袋泡茶及茶叶精深加工对茶业发展的意义分析

第二节 茶叶科技的世纪回顾与

- 一、二十世纪世界茶叶生产和贸易的发展
- 二、茶叶科技对世界茶业发展的作用分析
 - (一) 科学技术对世界茶叶生产的促进作用
 - (二) 一个世纪来世界重要茶叶科技进展的回顾
- 三、二十一世纪展望
 - (一) 茶叶的消费将持续增长
 - (二) 茶叶产品结构趋向多样化
 - (三) 茶叶贸易格局将发生变化
 - (四) 科学技术在未来茶业发展中将发挥更大的作用

第三节 未来十年世界绿茶出口市场增速将超红茶

第四节 2015-2018年部分国家茶业、茶市场发展形势分析

- 一、2015-2018年印度茶产业发展形势
- 二、斯里兰卡茶叶生产情况分析
- 三、日本茶叶市场调研
- 四、美国绿茶消费量猛增
- 五、近年来俄罗斯茶叶市场态势分析

第二章 2015-2018年中国黑茶行业市场发展环境解析

第一节 2015-2018年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、中国汇率调整(人民币升值)
- 八、对外贸易&进出口

第二节 2015-2018年中国茶叶市场政策环境分析

- 一、湖南省益阳市发展茶产业多项政策出台
- 二、茶叶执行新国标
- 三、出口茶叶将实施质量新标准

四、茶叶出口欧盟又有新规定

第三节 2015-2018年中国黑茶市场社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

第三章 2015-2018年我国茶产业发展态势分析

第一节 2015-2018年中国茶叶行业运行综述

- 一、国内茶产业由传统向现代过渡
- 二、我国茶叶需从名茶走向品牌
- 三、我国茶业连锁模式分析
- 四、中国茶叶行业对科技的需求分析
- 五、我国茶企积极寻求新市场

第二节 2015-2018年中国茶叶质量状况分析

- 一、茶叶产业水平及质量变化
- 二、茶叶产业存在的主要质量问题
- 三、中国茶叶农残检测能力领先国际先进水平
- 四、《出口茶叶质量安全控制规范》实施对茶产业的影响

第三节 2015-2018年中国茶叶产业的经营管理分析

- 一、茶叶经营决策应遵循的标准
- 二、茶叶市场监督与管理中应坚持的原则
- 三、茶叶企业信息管理系统的几大管理原则
- 四、茶叶企业公众关系运用需掌握的几项原则

第四节 2015-2018年中国茶产业热点问题探讨与策略应对

- 一、阻碍中国茶业发展的五大因素
- 二、中国茶叶行业期待四个突破
- 三、发展我国茶业的六大措施
- 四、我国发展无公害茶园的策略分析
- 五、茶叶综合利用及其产品开发途径

第四章 2015-2018年我国茶产业主要细分市场调研

第一节 绿茶

- 一、江西绿茶业发展态势分析
- 二、贵州绿茶业发展态势分析
- 三、湖北绿茶业发展态势分析
- 四、中国绿茶第一县名山县发展状况及投资前景分析

第二节 红茶

- 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
- 二、宁德标准化红茶生产线
- 三、“祁门红茶”跻身中国茶叶区域公用品牌价值10强
- 四、百年“祁红”又添新标准
- 五、近年来我国红茶拓张问题分析

第三节 乌龙茶

- 一、我国乌龙茶产区及品种分析
- 二、我国乌龙茶消费者消费行为特征分析
- 三、我国乌龙茶的营销策略分析
 - (一) 采取一价制的营销方式
 - (二) 品牌战略
 - (三) 包装策略

第四节 花茶

- 一、我国茉莉花茶产销形势分析
 - (一) 当前我国茉莉花茶产销基本情况
 - (二) 存在的主要问题
 - (三) 发展建议
- 二、福建茉莉花茶正在重新崛起
- 三、近年来广西横县茉莉花茶业发展态势

第五节 普洱茶

- 一、我国普洱茶市场走势分析
- 二、我国普洱茶市场竞争形势分析

第六节 铁观音茶

- 一、铁观音之乡面临多茶种竞争
- 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
- 三、我国铁观音茶叶发展态势与发展方向分析
- 四、铁观音茶业品牌经营策略分析

第五章 2015-2018年我国主要省份茶叶业发展形势分析

第一节 云南

- 一、云南精制茶生产情况分析
- 二、云南茶叶产业发展态势分析
- 三、云南普洱茶市形势新变化分析
- 四、“小散弱”是云南茶叶产业发展的瓶颈
- 五、电子商务助推云南茶产业营销升级换代

第二节 福建

- 一、福建精制茶市场规模分析
- 二、福建茶企发展与竞争形势分析
- 三、闽茶业快速发展中存在的问题分析

第三节 浙江

- 一、浙江茶业运行现状分析
- 二、浙江茶业存在问题分析
- 三、浙江省建立全国首个茶叶外贸预警点在

第四节 湖南

- 一、湖南茶业市场产销形势分析
- 二、湖南省茶叶出口业发展态势分析
 - (一) 湖南省茶叶出口的主要优势
 - (二) 湖南省茶叶出口存在的主要问题
 - (三) 湖南省扩大茶叶出口要抓的主要工作
- 三、湖南黑茶市场调研

第五节 安徽

- 一、名优皖茶发展优势分析
- 二、安徽茶叶品牌发展态势及其对茶业经济的作用
- 三、安徽茶产业发展难题
- 四、安徽省提升茶产业综合竞争力战略分析

第六章 2015-2018年中国茶业市场形势及茶消费状况分析

第一节 近年来我国茶业市场形势分析

- 一、茶叶市场特性分析
 - (一) 茶叶产品的多样性
 - (二) 商品茶价格的模糊性
 - (三) 市场通路的波动性
 - (四) 茶叶品牌的可塑性
 - (五) 包装茶的盈利性
- 二、当前我国茶产业发展过程中的四大特点分析

三、我国茶叶批发市场发展趋势分析

第二节 我国茶叶消费市场发展趋势分析

一、茶文化营销把我国茶业带入“微利区域”

二、未来我国茶叶市场消费趋势分析

三、“有机茶”消费市场发展走势分析

第三节 年轻人茶叶消费对我国茶产业发展的意义分析

第四节 茶饮料的发展态势与茶饮料的市场竞争潜力分析

一、茶饮料的发展态势与茶饮料的市场竞争潜力

二、可口可乐“加码”茶饮料市场的五年规划

三、北京今麦郎进军冰红茶的成与败

四、“雪碧冰+茶”引领饮料混搭新风尚

第五节 我国茶饮料包装市场形势分析

一、近年来我国茶饮料包装市场形势分析

二、我国茶叶包装发展速度滞后

三、茶叶包装设计与制作多元化发展形势分析

第七章 中国精制茶加工行业数据监测分析

第一节 中国精制茶加工所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国精制茶加工所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国精制茶加工所属行业财务指标分析

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

第八章 中国茶，不论是否加香料进出口情况分析

第一节 中国茶，不论是否加香料进口情况分析

第二节 中国茶，不论是否加香料出口情况分析

第三节 中国茶，不论是否加香料进出口平均单价分析

第四节 中国茶，不论是否加香料进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第九章 2015-2018年中国茶叶市场竞争格局分析

第一节 2015-2018年我国茶叶国际市场竞争力分析

一、我国茶叶国际市场竞争力现状

二、我国茶叶产业国际竞争力的SWOT分析

（一）我国茶叶产业国际竞争力的显性指标分析

（二）我国茶叶产业竞争力的SWOT分析

第二节 我国茶叶国际市场竞争力提升策略分析

一、提升中国茶业国际竞争力的总体思路

二、提升我国茶叶国际竞争力的产品策略与营销策略分析

第三节 我国茶品牌与洋品牌竞争力分析

一、洋茶和国茶的市场竞争形势

二、我国茶业缺乏强势品牌产品及企业

三、洋茶立顿的市场攻略分析

四、我国茶业品牌竞争与投资策略分析

第四节 我国茶叶连锁店缺少有力竞争模式

一、连锁的竞争与发展优势分析

二、我国茶叶连锁经营是一条难走的路

三、我国茶叶连锁店的两个发展方向

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

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

一、我国茶叶企业提升企业产品竞争力策略

第六节 新兴茶企在竞争中寻找突破口策略分析

一、品质控管是核心

二、探寻市场是路径

三、打造品牌是关键

第七节 八马茶业茶产业竞争与发展的标准化战略分析

第十章 2015-2018年中国茶叶市场营销分析

第一节 2015-2018年中国茶叶的经营模式问题分析

第二节 2015-2018年我国茶叶营销存在的误区分析

一、“文化”的误区

二、产品的误区

三、意识的误区

四、营销的误区

五、企业管理的误区

第三节 2015-2018年我国茶叶市场的主要营销模式分析

一、天福茗茶的连锁店模式

二、立顿的超市模式

三、红女吃茶的品类模式

四、传统的茶叶批发市场模式

第四节 龙润茶从立顿到天福模式的经营模式转变分析

第五节 当前我国茶市场茶店1+1模式分析

一、茶叶消费市场茶文化馆现象分析

二、茶会所功能分析

三、休闲功能对茶店营销的作用与意义分析

四、终端茶店的经营模式经营核心分析

五、凸显特色对茶店1+1模式的意义分析

第六节 我国茶业企业茶叶营销渠道环境问题分析

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

二、茶企扩张渠道虚胖问题分析

第七节 我国茶业企业茶叶营销策略及营销创新问题分析

一、茶叶市场营销组合运用的原则

二、我国茶叶营销策略分析

(一) 品牌塑造策略

(二) 市场分销策略

(三) 产品开发策略

(四) 商品茶价格策略

(五) 市场促销策略

(六) 社会资源整合策略

三、我国茶馆经营现状及营销模式创新分析

四、名山茶业茶叶传统销售模式创新分析

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

第九节 茶叶企业品牌营销策略分析

一、我国茶叶企业品牌营销核心问题分析

二、我国茶叶品牌误区分析

三、我国茶叶品牌定位的一般策略分析

四、我国名优茶叶的品牌定位策略

（一）品牌建设的核心分析

（二）给品牌定位的若干方向分析

五、品牌文化内涵及茶业企业品牌文化建设策略分析

六、我国茶业企业品牌的市场策略分析

第十节 我国茶业企业“炒作”营销策略分析

第十一节 我国茶业企业网络营销分析

一、当前市场形势下茶叶网络销售的优势分析

二、我国茶企业开展电子商务策略分析

（一）传统茶叶上网销售是电子商务发展的必然结果

（二）C2C电子商务平台助推茶叶上网

（三）独立茶叶网店的销售模式及其投资策略

第十二节 茶市各终端业态现状及发展方向与前景分析

一、当前茶叶市场的变化走势及茶市各终端业态现状

二、我国茶业现代销售业态发展方向与前景分析

第十一章 中国茶叶行业部分重点企业经营动态分析

第一节 尚客茶品

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 正园春茶业（福建）股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 康师傅控股有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 龙润茶集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第十二章 中国茶业龙头企业关键性数据分析

第一节 湖南兰岭绿态茶叶有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 象山义超茶叶有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 云南双江勐库茶叶有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 黄山市松萝有机茶叶开发有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 宜昌萧氏茶叶集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节 岳阳市洞庭山茶叶有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第七节 福州满堂香茶叶有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

第八节 福建福安市城湖茶叶有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

第九节 福建坦洋工夫茶叶股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

第十节 大悟县悟道茶叶合作社有限责任公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

第十三章 2019-2025年我国茶叶行业发展趋势及投资策略分析

第一节 近年来我国茶业发展状况分析

一、我国特许经营体系下的茶产业发展形势及发展特点

二、近年来我国茶业发展成就

三、我国有机茶产业发展态势分析

四、我国茶产业发展的未来出路品牌打造是关键

第二节 我国茶业发展问题分析

一、茶叶多个部门管理问题

二、茶文化过度茶消费不足问题

三、茶叶生产销售待创新问题

第三节 我国茶业发展中的茶文化问题及其影响分析

一、我国茶业发展中的茶文化问题

二、我国茶业发展中的茶文化问题对茶企发展的影响

（一）茶文化制约了茶企的商业模式创新

（二）茶文化误导了茶企的经营思想

（三）茶文化制约了消费需求的市场开发

第四节 今后时期我国茶行业发展变局分析

一、资本进入

二、智力进入

三、科技进入

第五节 我国茶叶市场的现状与品牌化发展问题分析

一、近年来我国茶叶市场发展状况分析

二、我国茶产业发展潜力与挑战分析

三、茶叶品牌化制约我国茶叶行业发展

四、我国茶产业投资策略分析

（一）贯彻品牌战略

（二）加快资源整合步骤

（三）提高管理水平

（四）引进专业的团队

五、我国茶企的品牌发展模式探索

六、我国茶叶品牌投资策略分析

七、做好茶叶品牌要有“三要”和“三不要”

八、茶业品牌实现永续发展的策略

第六节 地域品牌与我国茶业品牌化问题分析

一、地域品牌与我国茶业品牌化问题分析

二、打造茶叶品牌地方政府需注意的关键问题分析

第七节 我国茶业发展模式创新问题分析

- 一、市场环境消费需求的变化与我国茶企的战略调整问题
- 二、我国茶叶营销的变革方向分析
- 三、我国茶企的商业模式构建策略分析
- 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
- 五、茶业企业盈利模式设计问题分析
- 六、茶叶体验营销策略构建问题分析
- 第八节 我国茶业老字号走出去问题及投资策略分析
 - 一、我国茶业老字号的走出去难问题
 - 二、我国茶业老字号实现走出去的投资策略分析

图表目录：

- 图表：2018年世界十大产茶国产量、占有率位次
- 图表：2015-2018年国内生产总值季度累计同比增长率
- 图表：2018年12月居民消费价格主要数据
- 图表：2015-2018年居民消费价格指数（上年同月=100）
- 图表：2015-2018年全国居民人均可支配收入
- 图表：2018年全国居民人均消费支出及构成
- 图表：2015-2018年工业增加值月度同比增长率
- 图表：2015-2018年固定资产投资完成额月度累计同比增长率
- 图表：2015-2018年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率
- 图表：2018年年末人口数及其构成
- 图表：2015-2018年学校招生人数
- 图表：2015-2018年研究与发展经费支出
- 图表：2018年专利申请受理、授权和有效专利情况
- 图表：2015-2018年万元国内生产总值能耗降低率
- 图表：2015-2018年清洁能源消费比重
- 图表：2018年云南省精制茶产量统计数据表
- 图表：2018年福建省精制茶产量统计数据表
- 图表：2015-2018年湖南茶叶进出口
- 图表：安徽省茶叶种植面积
- 图表：安徽省茶叶产量

图表详见报告正文 (GYZQPT)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国茶市场分析报告-行业调查与发展商机研究》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/411528411528.html>