

2021年中国茶行业分析报告- 行业发展监测与发展动向预测

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《2021年中国茶行业分析报告-行业发展监测与发展动向预测》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/552510552510.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

我国饮茶历史悠久，消费基础深厚，深入各个阶层。我国茶行业产业链上游为种植，中游为加工，下游为消费渠道及领域等。近几年我国不断重视茶文化，许多和茶叶相关的茶展会、茶叶主题酒店、茶叶主题餐厅等也相继上市。

我国茶行业产业链 资料来源：观研天下整理

一、上游分析

1.种植面积

我国茶叶在全球茶叶总供给中占据半壁江山，且比例持续提升。尽管我国茶叶产量领先全球，但从我国茶园单产角度来看，我国茶叶供给效率存在很大提升空间。根据数据显示，2019年我国茶园种植面积达4598万亩，2020年我国茶园种植面积达4748万亩，同比增长3.26%；据推测，2021年我国茶园种植面积可达4933万亩。

2016-2021年我国茶园种植面积、增速及预测 数据来源：观研天下整理

2.种植区域

从我国茶叶主要种植区域来看，截止到2019年底我国茶园种植面积达到了4597.87万亩，其中最大的是云南省和贵州省，种植面积均为699.9万亩，分别占全国总种植面积的15%；其次为四川省，种植面积达到了575万亩，约占全国种植面积的13%。

2019年我国茶园种植面积区域分布情况 数据来源：观研天下整理

二、中游分析

1.分类

我国茶叶种类繁多，同时划分标准也不尽相同。按属性不同，可以划分为礼品茶、口粮茶以及原料茶；按茶色不同，可以分为绿茶、红茶、白茶、黑茶、青茶（乌龙茶）以及黄茶六大类；按发酵程度不同，可以分为不发酵茶、半发酵茶和全发酵茶。

按茶色分类概述

种类

发酵程度

知名茶种

绿茶

不发酵(氧化程度<10%)

西湖龙井、信阳毛尖、六安瓜片、恩施玉露等153种

白茶

微发酵茶(氧化程度5-15%)

福鼎白茶、政和白茶等4种

黄茶

轻发酵茶(氧化程度10-25%)

君山银针、蒙顶黄芽、北港毛尖等4种

乌龙茶

半发酵茶(氧化程度20 -70%)

铁观音、黄金桂、永春佛手、大红袍等14种

红茶

全发酵茶(氧化程度70-95%)

正山小种、川红、滇红等11种

黑茶

后发酵茶(氧化程度80 -98%)

普洱茶、安化黑茶、六堡茶等6种资料来源：观研天下整理

2.消费量

近年来，我国茶叶消费量持续增长。根据数据显示，2019年我国茶叶消费量达202.56万吨，2020年我国茶叶消费量达220.16万吨，同比增长8.69%；预计2021年我国茶叶消费量可达230.02万吨。

2016-2021年我国茶叶消费量、增速及预测 数据来源：观研天下整理

3. 细分品类销售量分布情况

从我国茶叶细分品类销售量情况来看，2019年我国绿茶销售量最大，为121.42万吨，占总销售量的60.0%；其次为黑茶，销售量达31.86万吨，占总销售量的15.6%；红茶销售量为22.60万吨，占总销售量的11.2%。

2019年我国茶叶细分品类销售量分布情况 数据来源：观研天下整理

4.企业优势分析

现阶段，我国茶行业产业链中游优秀企业主要包括湖南省茶业集团股份有限公司、天福(開曼)控股有限公司、浙江华茗园茶业有限公司、四川省峨眉山竹叶青茶业有限公司、湘丰茶业集团有限公司、北京张一元茶叶有限责任公司、北京吴裕泰茶业股份有限公司等。

我国茶行业产业链中游代表企业优势分析

企业名称

优势分析

湖南省茶业集团股份有限公司

企业规模优势：湖南省茶业集团股份有限公司是一家集茶叶种植、加工、科研、销售和茶文化传播于一体全产业链经营、专业制茶、内外贸并举的农业产业化国家重点龙头企业。公司下设10个业务部门，参控股 60多家企业，拥有3个部、省级科研平台，在全省建立了97个优质茶园基地，总面积达60万亩，联结带动了50万户茶农，与100多个国家和地区保持了稳定的贸易联系。公司以茶为主，现有白沙溪、湘益、臻溪、君山、潇湘等品牌产品，主要加工经营红茶、绿茶、黄茶、黑茶、白茶、青茶及茉莉花茶、特种茶、小包装茶、袋泡茶、茶饮料、速溶茶粉、茶食品、提取物等，同时经营粮油、土产畜产、轻工化工、机电等产品。

天福(開曼)控股有限公司

企业规模优势：迄今已设立了八家公司、五家茶叶、茶叶食品及茶叶蜜饯加工 厂，以及遍布全国的800多家天福茗茶连锁店，形成世界规模最大之茶业产供销一条龙企业集团。公司和占地1500亩的优山茶叶农场，作为集团花茶、绿茶的生产基地。漳浦天福茶庄位于盘陀镇324国道两旁，总占地面积170亩，包括天福食品开发有限公司及天仁食品开发有限公司，为天福集团的乌龙茶、茶叶食品及茶叶蜜饯生产基地。

浙江华茗园茶业有限公司

生产规模优势：浙江华茗园是浙江大学的中国现代茶业的产学研基地；新产品试制开发和学生培训实习的基地。华茗园是浙江省知名的茶叶专业加工企业和金华地区的农业龙头企业，金华市重点支持的绿色食品和有机食品产业化基地。华茗园是国内外知名饮料企业集团茶饮料生产的忠实配合者，中国茶饮料家族“绿茶”、“红茶”、“花茶”和“健康茶”中核心功能配料的首要选择，是集“国际绿色”

、“生态文化”、“旅游观光”和“健康生活”为一体的综合行的中国绿色茶园。

四川省峨眉山竹叶青茶业有限公司

生产规模优势：四川省峨眉山竹叶青茶业有限公司成立于1998年，是国家农业产业化重点龙头企业，全国著名的名优茶生产企业。目前定点茶园和无公害茶叶生产基地近40万亩，年生产各类名优绿茶3600吨。

产品质量优势：竹叶青为“四川省名牌产品”，竹叶青商标被评为“四川省著名商标”，竹叶青茶业通过ISO9001：2000国际质量体系认证，通过了HACCP食品安全控制体系认证。“竹叶青”系列产品还获准使用绿色食品标志，部分产品还获得有机食品认证。

湘丰茶业集团有限公司

生产工艺优势：湘丰绿茶全部来自其中公司拥有的全自动化绿茶生产线，系公司聘请国内外专家，根据湘丰绿茶的品质特征，自主研发设计的全国首条炒青绿茶全自动生产线。采用液化汽做燃料，实现了生产的自动化、智能化和清洁化，工作性能为国际一流、国内最高水平，除鲜叶摊青段为国产外，其他工段的设备全部由在日本制造。

产品质量优势：产品通过了“IMO有机茶认证”、绿色食品认证、ISO9001质量管理体系认证、HACCP质量安全体系认证、GAP良好农业规范认证等，“湘丰”牌绿茶多次荣获国际茶叶博览会金奖,连续六届获“湖南省国际农博会金奖”。“湘丰”为湖南省著名商标，正在申报全国驰名商标。

北京张一元茶叶有限责任公司

产品质量优势：为保证茶叶安全、卫生、达到国家标准，公司从1995年起所生产的茶叶产品一律经过国家质检部门的严格检验，公司内部专设了质量监督审评办公室，严把质量关。1999年公司通过了ISO9002国际质量体系认证，2003年公司通过了ISO9001国际质量体系转版认证，保证了企业管理体系的有效运行。张一元茶叶在国家质检部门的历次抽查中保持了全部合格的业绩。

产品种类优势：张一元已经成功实现产、供、销、研一体化目标，在福建、浙江、安徽、云南、四川等省建立了30个生产基地，生产加工绿、红、白、青（乌龙茶）、黄、黑、花茶等茶类，经营茶叶花色品种逾300多种。为做精、做专、做强、做名、做大张一元品牌，张一元茶叶有限责任公司不断延伸茶产业链先后开设了茶楼、茶馆，涉及休闲、娱乐、文化创意产业发展。

北京吴裕泰茶业股份有限公司

企业品牌优势：吴裕泰牌茶叶是北京市名牌产品和著名商标，多次获得国内、国际大奖。公司先后荣获“中国商业名牌企业”、“守信企业”、“全国百城万店无假货示范店”、“消费者满意单位”、“全国精神文明建设工作先进单位”、“全国食品工业优秀龙头食品企业”、“中国连锁特许优秀企业管理奖”、“北京优秀特许品牌”、“北京市模范集体”，北京“质量信得过品牌”等多项荣誉称号。

产品质量优势：公司在国内同行业和北京老字号企业首家通过了ISO19001:2000质量管理体系、ISO14001:2004环境管理体系、OHSMS18001：2001职业健康安全管理体系和ISO22000食品安全管理体系认证。同时，公司通过了食品行业市场准入认证(QS)，确保公司的产品质量符合国家标准。资料来源：观研天下整理

三、下游分析

1.茶饮料

随着新式茶饮体验的诞生，中国茶饮市场实现快速增长。根据数据显示，2020年我国茶饮料市场规模达4107亿元，较2019年同比下降0.58%；据推测，2021年我国茶饮料市场规模可达4789亿元。

2016-2021年我国茶饮料市场规模、增速及预测 数据来源：观研天下整理

2.茶类护肤品

茶叶本身具有显著的养颜功效，茶类中所含有都茶多酚，其实是一种优质的抗氧化剂，能有效改善暗沉肤色，并减缓肌肤氧化，保持肌肤水润有光泽，延缓肌肤衰老。同时，茶叶本身就具有一定的清洁、下火、消炎等功效，添加在护肤品中也能起到一定的消炎镇定效果。添加茶叶提取物可以有效延长护肤品的货架寿命，因此，品牌方不断推出茶系列的护肤品，既是打造了“天然成分”，也使护肤品寿命更长，可盈利性更高。

3.茶酒

茶酒是中国古代用茶酿造出来的一种高度酒，酒与其茶的淡香混合之物，主要原料为茶和粮食和水。茶酒综合了茶香与酒醇的特色，且富含茶多酚及锌、硒等微量元素，在抗肿瘤、抗心血管病等方面比其他茶饮料作用更强，是一种功能保健酒。

4.企业优势分析

现阶段，我国茶行业产业链下游优秀企业主要包括茶、东方树叶、资生堂、相宜本草、御泥坊等。（TJL）

我国茶行业产业链下游代表企业优势分析

类别

企业名称

优势分析

茶饮料

茶

品牌优势：2000年被授予“中国奥委会合作伙伴”。2003年9月农夫山泉天然水被国家质检总局评为“中国名牌”产品。2002年农夫山泉天然水的总产量达61万吨，居全国饮料企业产量第四位。农夫山泉的产值不断递增，每年上一个台阶。2003年公司推出农夫果园混合果汁饮料，2004年推出尖叫系列功能饮料，2005年又推出新概念茶饮料东方树叶。

东方树叶

产品优势：东方树叶是农夫山泉公司最新出品的一款茶饮料，用农夫山泉泡制，主打0卡路里。1610年中国茶叶乘着东印度公司的商船漂洋过海，饮茶之风迅速传遍欧洲大陆。因一时不知如何命名，且其来自神秘的东方，故被称为“神奇的东方树叶”。

茶类护肤品

资生堂

销售规模优势：资生堂丽源化妆品有限公司以北京为总部，在全国建立了21个分公司负责当地及周边地区的销售工作。作为国内化妆品市场的主流品牌，欧珀莱已经在全国700多家百货商场开设了形象专柜，而且一直保持着30%左右的年销售增长率。连续12年销售的高速增长，使资生堂丽源化妆品有限公司成为日本资生堂本部海外销售成绩最好的公司。

相宜本草

产品优势：相宜本草专注于开发中药调理肤质肤色、标本兼治肌肤问题的产品——与上海中医药大学联合研发，已获得16项中草药发明专利；研习本草典籍；发掘7大可溯道地药材，建立了6大专属草药种植基地，为消费者提供产品。

技术优势：相宜本草与上海中医药大学展开合作，组建联合实验室，共同开发相宜本草的核心本草技术，如导入元、中医理论支持的多个系列产品的配方、活性原料开发等研究工作。

御泥坊

科研优势：御泥坊所属集团水羊股份分别在长沙和上海建立了具有强大研发能力的研发中心。团队由多位海归精英、研发人才组成。研发负责人轲言曾在新加坡国立科学院、宝洁担任高级科学家和科研管理职位,现任上海交通大学客座教授。获批设立湖南省省级“院士专家工作站”、“湖南省认定企业技术中心”。共计申请了97项国家发明专利,目前授权43项,2项PCT。
资料来源：观研天下整理

观研报告网发布的《2021年中国茶行业分析报告-行业发展监测与发展动向预测》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国茶行业发展概述

第一节 茶行业发展情况概述

一、茶行业相关定义

二、茶行业基本情况介绍

三、茶行业发展特点分析

四、茶行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、茶行业需求主体分析

第二节 中国茶行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、茶行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国茶行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国茶行业生命周期分析

一、茶行业生命周期理论概述

二、茶行业所属的生命周期分析

第四节 茶行业经济指标分析

一、茶行业的赢利性分析

二、茶行业的经济周期分析

三、茶行业附加值的提升空间分析

第五节 中国茶行业进入壁垒分析

一、茶行业资金壁垒分析

二、茶行业技术壁垒分析

三、茶行业人才壁垒分析

四、茶行业品牌壁垒分析

五、茶行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球茶行业市场发展现状分析

第一节 全球茶行业发展历程回顾

第二节 全球茶行业市场区域分布情况

第三节 亚洲茶行业地区市场分析

一、亚洲茶行业市场现状分析

二、亚洲茶行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲茶行业市场前景分析

第四节 北美茶行业地区市场分析

一、北美茶行业市场现状分析

二、北美茶行业市场规模与市场需求分析

三、北美茶行业市场前景分析

第五节 欧洲茶行业地区市场分析

一、欧洲茶行业市场现状分析

二、欧洲茶行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲茶行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界茶行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球茶行业市场规模预测

第三章 中国茶产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国茶行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国茶产业社会环境发展分析

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、消费观念分析

第四章 中国茶行业运行情况

第一节 中国茶行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国茶行业市场规模分析

第三节 中国茶行业供应情况分析

第四节 中国茶行业需求情况分析

第五节 我国茶行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国茶行业供需平衡分析

第七节 中国茶行业发展趋势分析

第五章 中国茶所属行业运行数据监测

第一节 中国茶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 中国茶所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国茶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

第六章 2017-2021年中国茶市场格局分析

第一节 中国茶行业竞争现状分析

一、中国茶行业竞争情况分析

二、中国茶行业主要品牌分析

第二节 中国茶行业集中度分析

一、中国茶行业市场集中度影响因素分析

二、中国茶行业市场集中度分析

第三节 中国茶行业存在的问题

第四节 中国茶行业解决问题的策略分析

第五节 中国茶行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国茶行业需求特点与动态分析

第一节 中国茶行业消费市场动态情况

第二节 中国茶行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 茶行业成本结构分析

第四节 茶行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国茶行业价格现状分析

第六节 中国茶行业平均价格走势预测

- 一、中国茶行业价格影响因素
- 二、中国茶行业平均价格走势预测
- 三、中国茶行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国茶行业区域市场现状分析

第一节 中国茶行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区茶市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区茶市场规模分析
- 四、华东地区茶市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区茶市场规模分析
- 四、华中地区茶市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区茶市场规模分析
- 四、华南地区茶市场规模预测

第九章 2017-2021年中国茶行业竞争情况

第一节 中国茶行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国茶行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国茶行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 茶行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国茶行业发展前景分析与预测

第一节 中国茶行业未来发展前景分析

一、茶行业国内投资环境分析

二、中国茶行业市场机会分析

三、中国茶行业投资增速预测

第二节 中国茶行业未来发展趋势预测

第三节 中国茶行业市场发展预测

一、中国茶行业市场规模预测

二、中国茶行业市场规模增速预测

三、中国茶行业产值规模预测

四、中国茶行业产值增速预测

五、中国茶行业供需情况预测

第四节 中国茶行业盈利走势预测

一、中国茶行业毛利润同比增速预测

二、中国茶行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国茶行业投资风险与营销分析

第一节 茶行业投资风险分析

一、茶行业政策风险分析

二、茶行业技术风险分析

三、茶行业竞争风险分析

四、茶行业其他风险分析

第二节 茶行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国茶行业发展战略及规划建议

第一节 中国茶行业品牌战略分析

一、茶企业品牌的重要性

二、茶企业实施品牌战略的意义

三、茶企业品牌的现状分析

四、茶企业的品牌战略

五、茶品牌战略管理的策略

第二节 中国茶行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国茶行业战略综合规划分析

- 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

第十四章 2021-2026年中国茶行业发展策略及投资建议

第一节 中国茶行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国茶行业营销渠道策略

- 一、茶行业渠道选择策略
- 二、茶行业营销策略

第三节 中国茶行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国茶行业重点投资区域分析
- 二、中国茶行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/552510552510.html>