



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国大红袍茶叶市场运行态势及投资策略报告

一、调研说明

《2015-2020年中国大红袍茶叶市场运行态势及投资策略报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/246796.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

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 1

第一节 大红袍茶叶行业发展情况 1

一、大红袍茶叶定义 1

二、大红袍茶叶行业发展历程 2

第二节 大红袍茶叶产业链分析 4

一、产业链介绍 4

二、大红袍茶叶产业链分析 4

第三节 2011-2014年中国大红袍茶叶行业经济指标分析 5

一、产品赢利性和管理模式 5

二、附加值的提升空间 6

三、进入壁垒/退出机制 7

四、竞争激烈程度指标 7

五、行业发展周期 9

第二章 大红袍茶叶发展环境及政策分析 11

第一节 中国经济发展环境分析 11

一、中国宏观经济发展现状 11

二、中国宏观经济趋势预测 37

第二节 行业相关政策、法规、标准 46

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 68

第一节 大红袍茶叶行业市场发展基本情况 68

一、市场现状分析 68

二、市场规模分析 69

三、市场技术发展状况 70

第二节 行业市场工业总产值分析 73

一、2012-2014年市场工业总产值分析 73

二、2012-2014年不同规模企业工业总产值分析 74

三、2012-2014年不同所有制企业工业总产值比较 75

四、2012-2014年行业市场工业总产值地区分布 76

第四章 2012-2014年中国大红袍茶叶行业的国际比较分析 77

第一节 中国大红袍茶叶行业的国际比较分析 77

一、中国大红袍茶叶行业竞争力指标分析 77

二、国际大红袍茶叶行业竞争力指标分析 77

第二节 全球大红袍茶叶行业市场需求分析 78

一、市场规模现状 78

二、需求结构分析 79

三、市场前景展望 79

第五章 中国大红袍茶叶行业经济运行指标分析 82

第一节 2012-2014年中国大红袍茶叶行业总体规模分析 82

一、企业数量结构分析 82

二、行业生产规模分析 83

第二节 2012-2014年中国大红袍茶叶行业产销分析 83

一、行业产成品情况分析 83

二、行业产品销售收入分析 84

第三节 2012-2014年中国大红袍茶叶行业财务指标总体分析 85

一、行业盈利能力分析 85

二、行业偿债能力分析 86

三、行业营运能力分析 88

四、行业发展能力分析 89

第四节 大红袍茶叶产业链的分析 91

一、主要环节的增值空间 91

二、行业进入壁垒和驱动因素 92

三、上下游行业影响及趋势分析 94

第三部分 行业竞争分析

第六章 区域市场情况深度研究 98

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 98

一、华北市场分析 98

二、华中市场分析 99

三、华南市场分析 101

四、华东市场分析 102

五、东北市场分析 104

六、西南市场分析	106
七、西北市场分析	106
第二节 大红袍茶叶重点地区销售分析	112
一、大红袍茶叶华北地区销售分析	112
二、大红袍茶叶华中地区销售分析	112
三、大红袍茶叶华南地区销售分析	113
四、大红袍茶叶华东地区销售分析	113
五、大红袍茶叶东北地区销售分析	114
六、大红袍茶叶西南地区销售分析	114
七、大红袍茶叶西北地区销售分析	115
第七章 大红袍茶叶市场竞争格局分析	116
第一节 2012-2014年行业竞争结构分析	116
一、现有企业间竞争	116
二、潜在进入者分析	116
三、替代品威胁分析	116
四、供应商议价能力	117
五、客户议价能力	118
第二节 行业集中度分析	118
第三节 大红袍茶叶企业竞争策略分析	121
一、2015-2020年我国大红袍茶叶市场竞争趋势	121
二、2015-2020年大红袍茶叶行业竞争格局展望	122
三、2015-2020年大红袍茶叶行业竞争策略分析	129
第八章 大红袍茶叶行业用户度分析	136
第一节 大红袍茶叶产业用户认知程度	136
第二节 大红袍茶叶产业用户关注因素	154
第九章 领先企业发展分析	157
第一节 中国茶叶股份有限公司	157
一、企业概况	157
二、企业优劣势分析	157
三、2012-2014年经营状况分析	158
四、2015-2020年公司发展战略分析	160
第二节 浙江省茶叶集团股份有限公司	160

一、企业概况	160
二、企业优劣势分析	161
三、2012-2014年经营状况分析	161
四、2015-2020年公司发展战略分析	164
第三节 浙江华发茶业有限公司	164
一、企业概况	164
二、企业优劣势分析	165
三、2012-2014年经营状况分析	165
四、2015-2020年公司发展战略分析	165
第四节 北京吴裕泰茶业股份有限公司	166
一、企业概况	166
二、企业优劣势分析	167
三、2012-2014年经营状况分析	167
四、2015-2020年公司发展战略分析	168
第五节 印象大红袍（厦门）茶业有限公司	169
一、企业概况	169
二、企业优劣势分析	169
三、2012-2014年经营状况分析	170
四、2015-2020年公司发展战略分析	171
第六节 武夷星茶业有限公司	171
一、企业概况	171
二、企业优劣势分析	173
三、2012-2014年经营状况分析	173
四、2015-2020年公司发展战略分析	175
第七节 武夷山奇苑茶业有限公司	176
一、企业概况	176
二、企业优劣势分析	176
三、2012-2014年经营状况分析	176
四、2015-2020年公司发展战略分析	177
第八节 厦门茶叶进出口有限公司	177
一、企业概况	177
二、企业优劣势分析	177

三、2012-2014年经营状况分析	178
四、2015-2020年公司发展战略分析	178
第九节 安徽茶叶进出口有限公司	178
一、企业概况	178
二、企业优劣势分析	179
三、2012-2014年经营状况分析	180
四、2015-2020年公司发展战略分析	181
第十节 湖南省茶业集团股份有限公司	181
一、企业概况	181
二、企业优劣势分析	182
三、2012-2014年经营状况分析	182
四、2015-2020年公司发展战略分析	183
第四部分 投资发展分析	
第十章 2015-2020年大红袍茶叶行业发展趋势及影响因素	184
第一节 大红袍茶叶市场前景分析	184
一、大红袍茶叶行业政策	184
二、大红袍茶叶行业发展前景分析	188
第二节 大红袍茶叶未来发展预测分析	189
第三节 2015-2020年大红袍茶叶行业供需预测	191
第四节 影响企业生产与经营的关键趋势	196
一、市场整合成长趋势	196
二、需求变化趋势及新的商业机遇预测	197
三、科研开发趋势及替代技术进展	198
四、影响企业销售与服务方式的关键趋势	201
五、大红袍茶叶行业存在问题	203
第十一章 2015-2020年大红袍茶叶行业投资方向与风险分析	207
第一节 产业发展的空白点分析	207
第二节 大红袍茶叶行业投资潜力与机会	212
第三节 新进入者应注意的障碍因素	213
第四节 2015-2020年中国大红袍茶叶行业投资风险分析	214
一、市场竞争风险	214
二、原材料压力风险分析	216

三、技术风险分析	217
四、政策和体制风险	217
五、外资进入现状及对未来市场的威胁	218
第十二章 行业发展环境与渠道分析	219
第一节 全国经济发展背景分析	219
一、2014年宏观经济数据分析	219
二、2014年宏观政策环境分析	232
三、“十二五”发展规划分析	234
第二节 主要城市发展背景分析	236
一、主要城市区域市场特点分析	236
二、主要城市社会经济现状分析	237
三、未来主要城市经济发展预测	238
第三节 主要商圈发展趋势分析	242
一、各城市主要商圈渠道情况	242
二、各城市主要商圈销售规模分析	242
三、各城市主要商圈发展趋势分析	242
第四节 大红袍茶叶行业社会环境分析	243
一、国内社会环境发展现状	243
二、2014年社会环境发展分析	250
三、大红袍茶叶产业发展对社会发展的影响	261
第十三章 2015-2020年大红袍茶叶行业市场策略分析	263
第一节 消费者调查研究	263
一、消费者生活方式调查	263
二、消费者品牌忠诚度调查	268
三、消费者的消费理念调研	271
第二节 营销分析与营销模式推荐	274
第三节 多元化策略分析	280
一、行业多元化策略研究	280
二、上下游行业策略分析	282
第四节 广告投放策略分析	286
一、2011-2014年广告投放方式变化分析	286
二、2011-2014年广告投放总量变化分析	288

三、2015-2020年广告投放策略分析 288

第五节 品牌策略分析 289

第六节 大红袍茶叶行业发展战略研究 298

一、战略综合规划 298

二、技术开发战略 306

三、业务组合战略 307

四、区域战略规划 308

五、产业战略规划 309

六、营销品牌战略 311

七、竞争战略规划 312

第七节 对我国大红袍茶叶品牌的战略思考 313

一、大红袍茶叶品牌的重要性 313

二、大红袍茶叶实施品牌战略的意义 314

三、大红袍茶叶企业品牌的现状分析 316

四、我国大红袍茶叶企业的品牌战略 317

五、大红袍茶叶品牌战略管理的策略 317

第八节 大红袍茶叶行业投资战略研究 318

一、2015-2020年行业投资战略 318

二、2015-2020年细分行业投资战略 320

图表目录：

图表：2012-2014年我国国内生产总值统计分析 13

图表：2008-2014年国家外汇储备及其增长速度 19

图表：2008-2014年公共财政收入及其增长速度 19

图表：2013年1月国内PPI指数 20

图表：2013年2月国内PPI指数 20

图表：2013年3月国内PPI指数 20

图表：2013年4月国内PPI指数 20

图表：2013年5月国内PPI指数 20

图表：2013年6月国内PPI指数 20

图表：2013年7月国内PPI指数 20

图表：2013年8月国内PPI指数 21

图表：2013年9月国内PPI指数 21

图表：2013年10月国内PPI指数 21

图表：2013年11月国内PPI指数 21

图表：2013年12月国内PPI指数 21

图表：2014年3月国内PPI指数 21

图表：2014年4月国内PPI指数 21

图表：2014年5月国内PPI指数 21

图表：2014年6月国内PPI指数 22

图表：2014年7月国内PPI指数 22

图表：2014年8月国内PPI指数 22

图表：2013年1月国内CPI同比增幅 22

图表：2013年2月国内CPI同比增幅 22

图表：2013年3月国内CPI同比增幅 22

图表：2013年4月国内CPI同比增幅 22

图表：2013年5月国内CPI同比增幅 22

图表：2013年6月国内CPI同比增幅 23

图表：2013年7月国内CPI同比增幅 23

图表：2013年8月国内CPI同比增幅 23

图表：2013年9月国内CPI同比增幅 23

图表：2013年10月国内CPI同比增幅 23

图表：2013年11月国内CPI同比增幅 23

图表：2013年12月国内CPI同比增幅 23

图表：2014年3月国内CPI同比增幅 23

图表：2014年4月国内CPI同比增幅 24

图表：2014年5月国内CPI同比增幅 24

图表：2014年6月国内CPI同比增幅 24

图表：2014年7月国内CPI同比增幅 24

图表：2014年8月国内CPI同比增幅 24

图表：2013年1季度全国居民收入情况 24

图表：2013年2季度全国居民收入情况 24

图表：2013年3季度全国居民收入情况 25

图表：2013年4季度全国居民收入情况 25

图表：2013年1月工业增加值增长走势 25

图表：2013年2月工业增加值增长走势 25

图表：2013年3月工业增加值增长走势 25

图表：2013年4月工业增加值增长走势 25

图表：2013年5月工业增加值增长走势 25

图表：2013年6月工业增加值增长走势 26

图表：2013年7月工业增加值增长走势 26

图表：2013年8月工业增加值增长走势 26

图表：2013年9月工业增加值增长走势 26

图表：2013年10月工业增加值增长走势 26

图表：2013年11月工业增加值增长走势 26

图表：2013年12月工业增加值增长走势 26

图表：2014年4月工业增加值增长走势 26

图表：2014年5月工业增加值增长走势 27

图表：2014年6月工业增加值增长走势 27

图表：2014年7月工业增加值增长走势 27

图表：2014年8月工业增加值增长走势 27

图表：2013年1季度固定资产投资(不含农户)情况 27

图表：2013年2季度固定资产投资(不含农户)情况 27

图表：2013年3季度固定资产投资(不含农户)情况 27

图表：2013年4季度固定资产投资(不含农户)情况 27

图表：2014年1季度固定资产投资(不含农户)情况 28

图表：2014年2季度固定资产投资(不含农户)情况 28

图表：2012-2014年上半年中国贸易进出口情况 37

图表：茶饮料理化指标 48

图表：茶饮料微生物指标 49

图表：保健茶出口检验标准中理化指标 53

图表：保健茶出口检验标准中微生物指标 54

图表：保健茶出口检验标准中批量定量包装净含量允许负偏差 57

图表：保健茶出口检验标准中销售包装净含量允许负偏差 58

图表：2012-2014年上半年中国大红袍茶叶市场规模 69

图表：2012-2014年上半年中国大红袍茶叶市场工业总产值 73

图表：2012-2014年上半年中国大红袍茶叶市场规模以上企业工业总产值 74

图表：2012-2014年上半年中国大红袍茶叶市场规模以下企业工业总产值 74

图表：2012-2014年上半年中国大红袍茶叶市场股份制企业工业总产值 75

图表：2012-2014年上半年中国大红袍茶叶市场其他所有制企业工业总产值 75

图表：2012-2014年上半年中国大红袍茶叶行业企业数量情况 82

图表：2012-2014年上半年中国大红袍茶叶行业产量 83

图表：2012-2014年上半年中国大红袍茶叶行业产品销售收入 84

图表：2012-2014年上半年中国大红袍茶叶行业销售毛利率情况 85

图表：2012-2014年上半年中国大红袍茶叶行业销售利润率情况 85

图表：2012-2014年上半年中国大红袍茶叶行业资产报酬率情况 86

图表：2012-2014年上半年中国大红袍茶叶行业负债率情况 86

图表：2012-2014年上半年中国大红袍茶叶行业亏损面情况 87

图表：2012-2014年上半年中国大红袍茶叶行业利息保障倍数（倍）情况 87

图表：2012-2014年上半年中国大红袍茶叶行业总资产周转率 88

图表：2012-2014年上半年中国大红袍茶叶行业应收账款周转率（次）情况 88

图表：2012-2014年上半年中国大红袍茶叶行业产成品周转次数情况 89

图表：2012-2014年上半年中国大红袍茶叶行业销售业务收入增长情况 89

图表：2012-2014年上半年中国大红袍茶叶行业利润总额增长率情况 90

图表：2012-2014年上半年中国大红袍茶叶行业资产总额增长率情况 90

图表：2012-2014年上半年大红袍茶叶华北地区销售收入 112

图表：2012-2014年上半年大红袍茶叶华中地区销售收入 112

图表：2012-2014年上半年大红袍茶叶华南地区销售收入 113

图表：2012-2014年上半年大红袍茶叶华东地区销售收入 113

图表：2012-2014年上半年大红袍茶叶东北地区销售收入 114

图表：2012-2014年上半年大红袍茶叶西南地区销售收入 114

图表：2012-2014年上半年大红袍茶叶西北地区销售收入 115

图表：我国大红袍茶叶行业替代品分析 117

图表：我国大红袍茶叶行业供应商的讨价还价能力分析 117

图表：我国大红袍茶叶行业购买者的议价能力分析 118

图表：消费者对大红袍茶叶品牌注重度调查 155

图表：消费者了解大红袍茶叶媒介方式调查 155

图表：2012-2014年上半年浙江省茶叶集团股份有限公司进口金额情况 162

图表：2012-2014年上半年浙江省茶叶集团股份有限公司出口金额情况 163

图表：2012-2014年北京吴裕泰茶业股份有限公司营业收入 168

图表：2012-2014年上半年武夷星茶业有限公司大红袍产品市场占有率 174

图表：2012-2014年上半年武夷星茶业有限公司武夷岩茶市场占有率 175

图表：2012-2014年上半年安徽茶叶进出口有限公司进出口规模 180

图表：2012-2014年上半年安徽茶叶进出口有限公司汇总销售额 180

图表：2012-2014年上半年湖南省茶业集团股份有限公司总资产 182

图表：2012-2014年上半年湖南省茶业集团股份有限公司销售收入 183

图表：2012-2014年上半年湖南省茶业集团股份有限公司经营茶叶总量 183

图表：2015-2020年中国大红袍茶叶行业供给预测 191

图表：2015-2020年中国大红袍茶叶行业需求预测 192

图表：主要城市综合竞争力排名 237

图表：主要城市经济竞争力排名 238

图表：主要城市社会竞争力排名 238

图表：中国人口分布分析 250

图表：中国人口年龄分布 252

图表：2008-2014年中国人口净增规模及增长 252

图表：中国文化环境组成 254

图表：中国部分地区现役军人受教育程度 255

图表：确定公司战略目标的步骤 301

图表：制定公司战略规划的步骤 301

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/246796.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法

7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。