

2020-2025年中国茶叶行业发展潜力分析及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国茶叶行业发展潜力分析及投资方向研究报告》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.huaon.com/detail/510647.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

2019年中国茶叶出口均价为5.51千美元/吨，2018年中国茶叶出口均价为4.87千美元/吨。

2015-2019年中国茶叶出口均价统计图

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 茶叶行业发展概述

第一节 茶叶的概念

一、茶叶定义

二、茶叶的分类

三、中国茶文化

四、茶叶基本成份及功效

第二节 中国茶叶市场特性

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

第二章 全球茶叶市场发展分析

第一节 全球茶叶市场当前形势与市场发展

第二节 2019年全球茶叶市场发展情况分析

第三章 我国茶叶行业发展分析

第一节 2019年茶叶行业发展情况分析

第二节 2019年茶叶行业品牌发展分析

一、中国茶叶品牌概述

二、中国茶叶从品类转型成为品牌

三、中国茶叶品牌现状分析

四、中国茶市场品牌发展分析

五、中国茶叶品牌前景预测

六、茶业品牌实现永续发展的策略

第三节 中国茶叶产业化发展阻碍与机遇

一、中国茶业发展概况

二、中国茶业的发展弊端

三、中国茶叶产业化的关键

四、中国茶叶产业化最可能的突破口

第四章 我国茶叶市场发展研究

第一节 我国茶叶产业产销情况分析

一、茶叶标准不断完善

二、生产基地多通过无公害认证

三、有机茶种植面积扩大

第二节 2019年茶叶价格走势分析

一、2019年春茶生产及收入状况分析

二、2019年茶叶价格行情

第三节 我国茶叶品牌分析

一、我国茶叶品牌情况分析

二、中国茶叶的品牌效益分析

三、我国茶叶重产地轻品牌造成的问题

四、破解我国茶叶品牌僵局探讨

五、我国茶叶品牌发展策略分析

第五章 2015-2019年茶叶所属行业经济运行数据分析

第一节 2015-2019年中国精制茶加工产销状况分析

一、2015-2019年中国精制茶加工业产成品

二、2015-2019年中国精制茶加工业主营业务收入

三、2015-2019年中国精制茶加工业销售产值

第二节 2015-2019年中国精制茶加工业资产负债状况分析

一、2015-2019年中国精制茶加工业资产总计

二、2015-2019年中国精制茶加工业负债合计

第三节 2015-2019年中国精制茶加工所属行业规模状况分析

一、2015-2019年中国精制茶加工业企业单位数

二、2015-2019年中国精制茶加工业全部从业人员平均人数

第四节 2015-2019年中国精制茶加工所属行业效益状况分析

- 一、2015-2019年中国精制茶加工业利润总额
- 二、2015-2019年中国精制茶加工业利润总额比上年同期增长
- 第五节 2015-2019年中国精制茶加工业亏损状况分析
 - 一、2015-2019年中国精制茶加工业亏损单位数
 - 二、2015-2019年中国精制茶加工业亏损企业亏损总额
- 第六节 2015-2019年中国精制茶加工业不同经济类型企业主要经济指标
 - 一、2015-2019年中国精制茶加工业国有企业主要经济指标
 - 二、2015-2019年中国精制茶加工业集体企业主要经济指标
 - 三、2015-2019年中国精制茶加工业股份合作企业主要经济指标
 - 四、2015-2019年中国精制茶加工业股份制企业主要经济指标
 - 五、2015-2019年中国精制茶加工业私营企业主要经济指标
 - 六、2015-2019年中国精制茶加工业外商和港澳台投资企业主要经济指标
 - 七、2015-2019年中国精制茶加工业其它经济类型企业主要经济指标
 - 八、2015-2019年中国精制茶加工业全部经济类型企业主要经济指标

第六章 我国茶叶所属行业产量及进出口分析

第一节 我国茶叶产量分析

第二节 2015-2019年我国茶叶出口状况分析

2019年中国茶叶出口数量为366552吨，同比增长0.5%；2018年中国茶叶出口数量为364742吨，同比增长2.7%。

2015-2019年中国茶叶出口数量统计图

第三节 2019年中国茶叶的海外机会与挑战

- 一、2019年我国茶叶出口状况分析
- 二、2019年面临的瓶颈和对策建议
- 三、我国茶叶出口未来发展趋势预测分析
- 三、欧洲对中国茶叶颇具前景的挑战
- 四、中国茶叶在俄罗斯的问题与前景
- 五、世界茶叶的人均消费量
- 六、英国的茶叶消费量
- 七、中国茶产业迎来新契机
- 八、中国茶叶出口不利因素
- 九、袋装茶和红茶可成为中国茶叶出口新方向

第四节 2015-2019年中国茶叶出口市场分析

第五节 2019年中国茶叶出口欧盟市场面临新壁垒及对策

第七章 我国茶叶行业细分市场分析

第一节 绿茶

- 一、绿茶介绍
- 二、日照绿茶行业发展分析
- 三、贵州省绿茶种植面积位居全国首位
- 四、崂山绿茶实施国家标准
- 五、绿茶逐渐获得欧洲消费者青睐
- 六、日照市绿茶发展状况分析
- 七、山东日照有机绿茶发展迅速

第二节 红茶

- 一、红茶介绍
- 二、世界红茶生产分布
- 三、2019年红茶呈现良好发展态势
- 四、红茶是世界上生产量、
- 五、2019年红茶发展分析

第三节 白茶

- 一、白茶介绍
- 二、安吉白茶起源与特异性状
- 三、安吉白茶发展策略分析
- 四、2019年福建大力推广福鼎白茶

第四节 乌龙茶（青茶）

- 一、乌龙茶介绍
- 二、乌龙茶的发展与演变
- 三、中国台湾乌龙茶的发展及其文化特色

第五节 花茶

- 一、花茶介绍
- 二、花茶的未来发展方向
- 三、2019年中国茉莉花茶发展分析
- 四、2019年福州市荣膺国际茉莉花茶发源地称号

第六节 普洱茶

- 一、普洱茶介绍
- 二、普洱茶产业的市场分析
- 三、云南普洱茶标准升级为国家标准
- 四、普洱茶规范发展状况分析
- 五、2019年普洱茶市场分析

六、中国普洱茶走向世界面临诸多挑战

第八章 茶叶区域市场情况分析

第一节 云南省

第二节 贵州省

一、"十一五"贵州茶叶产业发展回顾

二、贵州茶叶销售的关键要素

三、贵州茶叶品牌策划与发展分析

第三节 四川省

一、四川茶叶发展的现状调研

二、四川茶叶发展的优势

三、四川茶叶发展存在的主要问题

四、四川茶叶发展的建议

第四节 福建省

第五节 浙江省

第六节 湖南省

第七节 山东省

一、山东省茶叶生产现状调研

二、山东省茶叶生产中存在的主要问题

三、山东省茶产业发展之对策

第八节 安徽省

第九章 中国茶叶消费市场分析

第一节 我国茶叶消费分析

一、我国茶叶市场的多元化消费分析

二、我国茶叶消费市场发展方向

三、茶叶的消费者心态透析

第二节 2015-2019年我国茶叶消费的变化

一、茶叶消费迎来品牌时代

二、我国茶叶消费"口味"发生变化

三、中国茶叶消费的方式正日趋多元化

四、人们买茶已从看价格转为看品质

五、2019年中国茶叶调查报告

第三节 茶叶消费者调查研究

一、调查说明

- 二、您平时喝什么品种茶叶
- 三、您泡（喝）茶频率
- 四、您通常在哪里喝茶
- 五、您懂得鉴别茶叶的质量、
- 六、您平常泡（喝）茶的茶叶来源
- 七、您泡茶原因为何
- 八、您平常是否有购买茶叶习惯
- 九、您平均多久购买茶叶
- 十、您每次买多少茶叶
- 十一、您可接受的茶叶价格每斤在多少钱
- 十二、您买茶叶时主要考虑哪些因素
- 十三、您通常在哪里买茶叶
- 十四、您的茶叶相关资讯来源

第四节 茶叶市场消费趋势预测

- 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将成为茶业新的经济增长点

第十章 我国茶叶营销及策略分析

第一节 茶业企业打造区域品牌的策略

- 一、研究市场且找准定位
- 二、建立多家连锁店并实现无缝化覆盖
- 三、大力宣传品牌
- 四、要注重提升品牌的美誉度和忠诚度
- 五、中国茶叶奢侈化需从标准制定开始

第二节 打造我国出口茶品牌的战略

- 一、我国茶叶品牌急需要战略规划
- 二、我国出口茶品牌存在的现实问题
- 三、实施茶叶出口商标战略的企业优劣势分析
- 四、实现茶叶品牌的战略
- 五、制定和实施品牌战略规划的要害

第三节 茶叶新营销策略分析

- 一、抛弃陈腐的茶叶经营观念
- 二、进行市场调研找出选择的方向
- 三、仔细进行筛选和细化

- 四、分析自身的能力和资源匹配度
- 五、分析竞争对手的产品力位置和优势
- 六、确定企业产品竞争力的建立模型
- 七、进行市场验证

第十一章 茶叶行业竞争格局分析

第一节 茶叶行业竞争结构分析

- 一、行业内现有企业的竞争
- 二、新进入者的威胁
- 三、替代品的威胁
- 四、供应商的讨价还价能力
- 五、购买者的讨价还价能力

第二节 中国茶叶产业竞争力的swot分析

- 一、优势
- 二、劣势
- 三、机遇
- 四、威胁

第三节 中国茶叶产业国际竞争力分析

- 一、国际市场占有率
- 二、显示比较优势指数
- 三、贸易竞争力指数

第四节 2015-2019年茶叶产业竞争格局

第十二章 茶叶企业竞争策略分析

第一节 领先者市场竞争策略

- 一、维护高质量形象
- 二、扩大市场需求总量
- 三、保护市场份额
- 四、扩大市场份额

第二节 挑战者市场竞争策略

- 一、正面进攻
- 二、侧翼攻击
- 三、包围进攻
- 四、迂回攻击
- 五、游击战

第三节 提高我国茶叶国际市场竞争力的策略

- 一、中国茶叶国际市场竞争力现状调研
- 二、提高我国茶叶国际市场竞争力策略分析
- 三、微波加工技术可有效提高茶叶的市场竞争力

第四节 我国绿茶出口竞争战略思考

- 一、以质取胜战略
- 二、品牌战略
- 三、创新战略

第十三章 主要茶叶企业竞争分析

第一节 中国茶叶股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司茶叶品牌
- 三、公司发展战略

第二节 浙江省茶叶集团有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司动态
- 三、公司被评定为中国茶叶企业信用等级aaa级企业

第三节 湖南省茶业有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司跃居中国茶叶行业百强企业第二

第四节 安徽茶叶进出口有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司品牌建设的主要举措
- 三、公司产品介绍

第五节 上海天坛国际贸易有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司茶叶品牌介绍

第六节 云南下关沱茶（集团）股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司动态

第七节 昆明七彩云南庆沱祥茶业股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司产品介绍

第十四章 2020-2025年茶叶行业发展趋势预测

第一节 2020-2025年中国茶叶企业的扩张趋势预测

- 一、中国茶叶企业要进行转型
- 二、中国茶叶企业要做好的升级

第二节 2020-2025年中国茶叶市场发展趋势预测分析

- 一、2019年茶叶市场发展趋势预测分析
- 二、红茶受到消费者的追捧，走势较好，绿茶逐渐增长，普洱回归尚需时日
- 三、由于受贸易战影响，企业团购受到一定程度的影响
- 四、茶叶销售向品牌企业集中的速度加快
- 五、茶叶销售方式和渠道正在发生变化。品牌专卖店将成为重要的形式
- 六、茶叶消费多样，消费人群呈年轻化倾向
- 七、茶叶消费的地域性正在被逐渐打破
- 八、茶文化营销仍然是主要的营销手段
- 九、国内国外不同的检测标准，将促使人们对茶叶的质量要求越来越高
- 十、大量川茶将成为江浙名牌茶叶的原料
- 十一、茶饮料市场前景大

第十五章 2020-2025年茶叶行业发展预测分析

第一节 2020-2025年中国茶叶市场发展动向

- 一、茶叶消费多样化趋势预测分析
- 二、国内外市场的质量安全门槛越来越高
- 三、海峡两岸茶业交流日益红火
- 四、普洱茶发展尚需努力培育市场
- 五、市场倾向名优茶
- 六、突出特色茶文化及营销制胜
- 七、科技创新、
- 八、2019年中国茶叶产销预计
- 九、“十三五”期间我国茶叶生产要控面积提效益
- 十、2019年我国茶叶出口稳居全球第一

第二节 2020-2025年世界茶叶产业发展预测分析

第十六章 2020-2025年茶叶行业投资环境分析

第一节 经济环境分析

第二节 政策环境分析

第三节 社会环境分析

第十七章 2020-2025年茶叶行业投资机会与风险

第一节 中国茶叶市场投资机会

第二节 茶产业在发展过程中存在的问题

- 一、产业化水平低
- 二、对茶业投入少
- 三、尚未形成真正的优势品牌
- 四、出口市场单一

第三节 茶产业的风险因素分析

- 一、经营风险
- 二、行业风险
- 三、市场风险
- 四、政策性风险

第十八章 2020-2025年茶叶行业发展战略研究

第一节 2020-2025年我国茶叶企业发展策略

- 一、坚守核心文化，聚焦战略主业「AK LT」
- 二、构建优质渠道，确保分销效能
- 三、整合优质资源，创造明星产品
- 四、提升经营能力，善用人才资源
- 五、采取有效措施，战胜全球挑战

第二节 茶叶行业发展战略研究

- 一、确定茶企发展战略
- 二、提高茶企领导者能力
- 三、强化茶企核心能力
- 四、完善茶企组织建设
- 五、弘杨茶企文化

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/510647.html>