

# 2011-2015年中国茶叶行业 市场分析与行业调查报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2011-2015年中国茶叶行业市场分析与行业调查报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/linye1012/59128535MW.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2010-12-18

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国茶叶行业市场分析与行业调查报告》共二十一章。首先介绍了中国茶叶行业的概念，接着分析了中国茶叶行业发展环境，然后对中国茶叶行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国茶叶行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国茶叶行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

未来我国茶产业的增长潜力巨大。因为国内外市场需求稳定增长。茶是世界三大饮料之一，而中国是世界茶产量第一大国、茶出口第二大国。从国内来看，喝茶已成为多数中国人的一种生活习惯，茶已成为社会生活中不可缺少的健康饮品和精神饮品，而且，随着人们健康消费观念的普及，茶正在被越来越多的人接受、喜爱和追求。从国际需求来看，中国茶出口一直保持稳定增长态势。

## 第一章 茶叶相关概述

### 第一节 茶叶的定义及分类

#### 一、茶叶的定义

#### 二、茶叶的分类

### 第二节 茶叶基本成份及功效

#### 一、茶叶基本成份

#### 二、茶叶基本成份之功能

#### 三、茶的功效

### 第三节 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

### 第四节 茶叶加工概述

#### 一、茶叶深加工的意义

- 二、茶叶深加工的技术
- 三、茶叶的机械加工
- 四、茶叶的物理加工
- 五、化学和生物化学加工
- 六、茶叶的综合技术加工

## 第二章 国际茶叶市场发展分析

### 第一节 国际茶叶政策及标准状况分析

- 一、主要国家茶叶及其制品标准
- 二、全球茶叶出口国国家检验标准
- 三、国际有机茶认证申请程序

### 第二节 国际茶叶市场现状分析

- 一、2009年国外茶叶市场价格分析
- 二、各国、各地区茶叶市场特点
- 三、世界绿茶的产量将以每年4.5%的速度增长
- 四、2010年国际茶叶价格预测

### 第三节 美国

- 一、美国茶叶市场概况
- 二、美国茶叶进口标准
- 三、美国与加拿大茶叶市场发展情况分析
- 四、美国茶叶进口简况

### 第四节 俄罗斯

- 一、俄罗斯茶叶市场规模
- 二、俄罗斯主要茶叶公司
- 三、俄罗斯茶叶市场潜力分析
- 四、俄罗斯茶叶市场及其展望

### 第五节 英国

- 一、英国茶叶市场概况
- 二、英国茶叶市场绿茶销售分析
- 三、英国茶叶消费量分析
- 四、英国市场对中国茶叶需求分析

### 第六节 印度

- 一、印度茶叶的起源
- 二、印度茶叶市场概况
- 三、印度主要茶叶公司概况
- 四、印度茶叶减产可能导致世界市场茶价上升

#### 第七节 肯尼亚

- 一、2009年肯尼亚茶叶市场价格分析
- 二、2010年2月份肯尼亚茶叶产量分析
- 三、2010年8月肯尼亚茶叶价格持续攀升
- 三、肯尼亚茶叶出口面临国际竞争压力
- 四、肯尼亚茶叶出口商瞄准中国市场

#### 第八节 日本

- 一、日本茶叶发展概况
- 二、日本茶叶加工现状及发展趋势
- 三、日本茶叶的消费和输出

### 第三章 中国茶叶行业综合发展分析

#### 第一节 我国茶叶市场现状分析

- 一、茶叶产业发展对科技有七大需求
- 二、茶叶行业海外市场需求分析
- 三、2010年春茶产量同比降两成均价同比升20%
- 四、小茶叶对大茶业发展的促进作用分析
- 五、我国茶叶市场亟需现代化交易体系

#### 第二节 茶叶市场的细分化分析

- 一、茶叶市场细分的意义
- 二、原则和标准
- 三、茶叶市场细分及策略

#### 第三节 茶叶市场品牌分析

- 一、中国茶叶品牌缺失分析
- 二、中国茶叶从品类转型成为品牌
- 三、茶叶品牌化制约行业发展
- 四、茶叶企业打造区域品牌的策略

#### 第四节 茶叶行业存在的问题

- 一、茶产业缺乏行业标准
- 二、茶叶重产地轻品牌成发展瓶颈
- 三、对中国茶产业发展的忧虑

#### 第五节 茶叶产业的经营管理分析

- 一、茶叶市场经营决策标准
- 二、茶叶市场管理的原则
- 三、茶叶信息管理系统管理的原则

### 第四章 2008-2010年中国精制茶加工业主要经营数据分析

#### 第一节 2008-2010年中国精制茶加工行业总体数据分析

- 一、2008年中国精制茶加工行业全部企业数据分析
- 二、2009年中国精制茶加工行业全部企业数据分析
- 三、2010年中国精制茶加工行业全部企业数据分析

#### 第二节 2008-2010年中国精制茶加工行业不同规模企业数据分析

- 一、2008年中国精制茶加工行业不同规模企业数据分析
- 二、2009年中国精制茶加工行业不同规模企业数据分析
- 三、2010年中国精制茶加工行业不同规模企业数据分析

#### 第三节 2008-2010年中国精制茶加工行业不同所有制企业数据分析

- 一、2008年中国精制茶加工行业不同所有制企业数据分析
- 二、2009年中国精制茶加工行业不同所有制企业数据分析

### 第五章 茶叶消费状况分析

#### 第一节 中国茶叶消费状况分析

- 一、我国茶叶消费可能由出口转为进口
- 二、我国茶产业期待多元化消费空间
- 三、北京茶礼消费需求状况

#### 第二节 茶叶安全性消费特性分析

- 一、茶叶安全性消费者特性实证分析
- 二、结论与讨论

#### 第三节 茶叶消费发展趋势分析

- 一、全球茶叶消费趋势分析
- 二、现代的多元化的茶叶消费趋势

### 三、中国茶叶消费的方式正日趋多元化

## 第六章 茶叶市场营销分析

### 第一节 茶叶市场新营销分析

一、茶叶市场营销组合运用的原则

二、创造中国茶馆营销新模式

### 第二节 茶叶营销理念分析

一、自产自销、拓宽市场

二、建设基地，把基地作为第一车间

三、改进制茶工艺，提高茶叶品质

### 第三节 中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

### 第四节 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

### 第五节 三大连锁茶庄营销策略分析

一、张一元：浓浓京味儿吸引老北京

二、吴裕泰：“绿色100”打造专业形象

三、天福茗茶：推行标准化精致服务

## 第七章 茶叶包装分析

### 第一节 中国茶叶包装概况

一、茶叶包装类型

二、茶叶包装的技术要求

### 三、茶叶的包装方法

#### 第二节 中国茶叶包装情况

##### 一、我国茶叶包装的发展

##### 二、茶叶包装需符合国家相关规定

##### 三、国家拟制定标准限制茶叶过度包装

#### 第三节 茶叶包装设计分析

##### 一、茶叶包装的色彩设计

##### 二、茶叶商品的摄影包装设计

##### 三、茶叶包装的文字设计

#### 第四节 茶叶包装存在的问题

##### 一、茶叶包装材料浪费

##### 二、茶叶包装注意标签规范

##### 三、茶叶包装存在污染

#### 第五节 茶叶包装策略分析

##### 一、茶叶包装有助提升品牌形象

##### 二、茶包装关键是技术与文化含量

##### 三、茶叶商品包装中的广告运用策略分析

##### 四、茶叶包装装潢应体现的特征

## 第八章 绿茶市场分析

### 第一节 我国绿茶市场发展状况分析

#### 一、绿茶质量安全有保障

#### 二、中国绿茶畅销摩洛哥市场

#### 三、浙江绿茶消费在我国北方日渐升温

### 第二节 我国绿茶产区的分布及产量分析

#### 一、江北茶区

#### 二、西南茶区

#### 三、江南茶区

#### 四、华南茶区

### 第三节 提升我国绿茶产业发展的对策分析

#### 一、提高质量和安全水平

#### 二、加强品牌建设



三、提高产业化水平

四、完善茶业服务体系

五、加强科技创新

#### 第四节 我国绿茶出口竞争战略分析

一、以质取胜战略

二、品牌战略

三、创新战略

### 第九章 红茶市场分析

#### 第一节 国际红茶行业发展概况

一、世界著名四大红茶介绍

二、肯尼亚红茶出口商欲开发中国市场

三、肯尼亚成为全球最大红茶出口国

#### 第二节 我国红茶市场发展状况分析

一、我国红茶的品种及类别

二、国内红茶有望重新崛起

三、我国研发成功高茶黄素红茶新品

#### 第三节 红茶行业发展策略分析

一、中国红茶品牌抢占国际市场策略

二、午后红茶品牌推广新营销途径

三、红茶的振兴需要从长远考虑

### 第十章 花茶市场分析

#### 第一节 花茶市场发展概况

一、花茶介绍

二、我国花茶消费基本情况及花茶产业面临的问题

三、福州茉莉花茶将有统一标准

四、花茶审评中品质问题分析

#### 第二节 我国茉莉花茶市场发展状况分析

一、我国茉莉花茶产销状况

二、我国茉莉花茶产销现状分析

三、我国茉莉花茶加工量呈上升趋势

### 第三节 花茶行业存在问题与发展策略分析

- 一、我国花茶产业面临竞争压力
- 二、花茶产业需要加强宣传，拓展市场
- 三、花茶产业相关建议

## 第十一章 普洱茶市场分析

### 第一节 我国普洱茶市场现状分析

- 一、普洱茶市场呼唤理性回归
- 二、国内首款普洱茶信托理财产品在滇诞生
- 三、2008年12月实施普洱茶国家标准
- 四、普洱茶火爆的原因分析
- 五、普洱茶应准确定位

### 第二节 2009年普洱茶市场增量的机会点分析

- 一、开发新产品
- 二、开发新渠道
- 三、打冲货假货
- 四、维护价格秩序
- 五、促销策划
- 六、终端提升
- 七、成熟市场挖掘新销售机会，开发新市场

### 第三节 普洱茶的价格分析

- 一、普洱茶价格渐趋稳定
- 二、2010年云南旱情推起普洱茶价格

### 第四节 普洱茶品牌企业的营销组合策略分析

- 一、产品
- 二、价格
- 三、渠道
- 四、促销

## 第十二章 其他种类茶叶市场分析

### 第一节 乌龙茶

- 一、乌龙茶概述

- 二、我国乌龙茶将面临被日本禁止进口的危险
- 三、乌龙茶的开发打破区域限制
- 四、福建乌龙茶的品牌化分析
- 五、乌龙茶发展的对策及建议

## 第二节 白茶

- 一、白茶的概述
- 二、2010年福建白茶饮料面世即将推向市场
- 三、福建福鼎白茶朝国际市场进军
- 四、宁波白茶研究成果达到国际先进水平
- 五、安吉白茶的发展过程与对策

## 第十三章 云南茶叶市场分析

### 第一节 云南茶产业总体状况

- 一、云南茶叶的区划布局和相关政策
- 二、茶叶产业发展面临的主要问题
- 三、2010年全年云南茶叶价格将整体保持上涨态势
- 三、云南茶叶产业发展的几点建议

### 第二节 红河州茶业状况

- 一、红河州茶叶产业的概况及历史
- 二、红河州茶叶产业发展现状及资源优势
- 三、红河州茶叶向品牌市场稳步迈进

### 第三节 临沧茶业状况

- 一、2009年云南临沧茶叶产业迈新步
- 二、临沧茶产业步入辉煌163万茶农受益
- 三、临沧临翔区茶叶产业存在的主要问题及对策

### 第四节 德宏茶业状况

- 一、云南省德宏扶持开发茶叶产业
- 二、德宏茶产业突出困境谋发展

### 第五节 西双版纳茶业状况

- 一、西双版纳茶产业发展面临的问题
- 二、2010年西双版纳茶叶总产量预测

### 第六节 昌宁茶业状况

- 一、昌宁茶叶产业化经营迈出新的步伐
- 二、昌宁县加快茶叶产业发展的措施
- 三、昌宁县提升茶叶产业对策

## 第十四章 福建茶叶市场分析

### 第一节 福建茶产业总体状况

- 一、2008年福建茶叶年产量居全国第一
- 二、2009年福建茶叶出口状况
- 三、2009年福建8种茶叶加工设备地方标准通过审定
- 四、福建乌龙茶被列入全国茶产业建设重点

### 第二节 安溪茶叶状况

- 一、安溪金融机构促进铁观音发展分析
- 二、2010年安溪春茶总产量下降8%
- 三、2010年国庆期间安溪铁观音销量情况
- 四、现代茶业模式引领安溪茶产业发展分析
- 五、安溪铁观音打造百亿产业的前景展望

### 第三节 福建其他地区茶叶状况

- 一、福建大田茶产业产值分析
- 二、福建尤溪县茶叶产值分析
- 三、福建武平茶叶生产呈五大突破

## 第十五章 浙江茶叶市场分析

### 第一节 浙江茶叶市场总体状况

- 一、浙江茶叶产业概况
- 二、浙江茶叶产业化经营发展现状与特点
- 三、制约浙江茶叶产业化经营发展的主要因素
- 四、加快浙江茶叶产业化经营发展的对策措施

### 第二节 宁波茶叶状况

- 一、宁波地区茶叶品质特色与提升
- 二、浙江宁波三种茶叶获世界绿茶最高金奖
- 三、2012年宁波茶叶总产值预测

### 第三节 丽水茶叶状况

- 一、丽水茶产业发展基本情况
- 二、丽水茶叶产业优劣势分析
- 三、丽水茶产业发展主要制约因素
- 四、丽水茶叶市场前景和竞争力分析

#### 第四节 浙江其他地区茶叶状况

- 一、浙江磐安县茶企业抱团开拓市场
- 二、2009年浙江新昌茶叶出口分析
- 三、2009年浙江建德茶产业产销分析

### 第十六章 湖南茶叶市场分析

#### 第一节 湖南产业市场总体状况

- 一、湖南发展茶叶产业促农增收
- 二、2009年湖南省茶产业出口分析
- 三、2009年湖南茶叶产业年销售收入分析
- 四、促进湖南省茶叶产业发展对策建议

#### 第二节 湖南部分地区茶叶市场分析

- 一、永顺茶叶产业发展的建议及对策
- 二、湖南古丈县茶叶产业化蓬勃发展
- 三、湖南株洲县做大茶叶产业
- 四、加快湖南益阳茶叶产业发展

### 第十七章 其他部分省市茶叶市场分析

#### 第一节 广东

- 一、茶叶消费大省重新振兴地方品牌
- 二、广东茶叶面临失去欧盟市场风险
- 三、发展有机茶成推动潮州茶业升级的重要措施
- 四、广东茶叶重金属残留抽查100%合格

#### 第二节 安徽

- 一、安徽茶产业实现跨越式发展
- 二、安徽开发有机茶扩大茶叶对外出口
- 三、2010年安徽池州春茶价格大幅上扬
- 四、振兴安徽茶叶须提升市场竞争力

### 第三节 湖北

- 一、2008年湖北十堰茶叶产值分析
- 二、湖北竹溪茶叶产业分析
- 三、建设湖北茶叶强县的发展思路、目标与对策

### 第四节 贵州

- 一、贵州茶叶产业的发展概况
- 二、贵州茶叶产业的发展优势
- 三、贵州省茶叶产业存在的主要问题
- 四、发展贵州省茶叶产业的政策建议

### 第五节 广西

- 一、广西茶产业政策
- 二、2009年广西推进茶叶产业化建设
- 三、发展茶叶出口的建议

### 第六节 四川

- 一、四川茶叶发展的现状
- 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
- 五、四川茶叶出口贸易壁垒及对策分析

### 第七节 江西

- 一、2010年江西婺源益和茶业出口喜创佳绩
- 二、江西茶产业发展的建议
- 三、江西赣州茶叶销售升级迎竞争

## 第十八章 中国茶叶市场竞争分析

### 第一节 中国茶叶市场竞争概况

- 一、微波加工技术可有效提高茶叶的市场竞争力
- 二、青岛茶叶经营市场竞争升级
- 三、江西赣州茶叶销售升级迎竞争

### 第二节 中国茶叶产业国际竞争力分析

- 一、国际市场占有率 (MPR)
- 二、显示比较优势指数 (RCA)

### 三、贸易竞争力指数 (Tc)

#### 第三节 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

#### 第四节 提高中国茶叶产业国际竞争力的政策及建议

##### 一、大力开发自然资源，促进茶文化的推广

##### 二、树立品牌化，增强中国茶叶的国际知名度

##### 三、推广HACCP体系，提高茶叶的质量安全

### 第十九章 茶叶行业重点企业分析

#### 第一节 中国茶叶股份有限公司

##### 一、公司简介

##### 二、中国茶叶股份有限公司战略转型已成功启动

##### 三、中茶公司品牌产品成功打入白俄罗斯市场

#### 第二节 浙江省茶叶集团有限公司

##### 一、公司简介

##### 二、发展历程

##### 三、公司动态

#### 第三节 中国湖南省茶业有限公司

##### 一、公司简介

##### 二、公司动态

##### 三、经营战略

#### 第四节 安徽茶叶进出口有限公司

##### 一、公司简介

##### 二、进出口分析

##### 三、公司动态

#### 第五节 浙江华发茶业有限公司

##### 一、公司简介

##### 二、公司动态

#### 第六节 北京吴裕泰茶业股份有限公司

## 一、公司简介

## 二、公司动态

### 第七节 其他重点企业分析

#### 一、昆明七彩云南庆沓祥茶业股份有限公司

#### 二、云南龙生绿色产业集团有限公司

#### 三、北京张一元茶叶有限责任公司

## 第二十章 茶叶行业投资分析

### 第一节 茶叶行业的投资环境分析

#### 一、我国茶产业方兴未艾

#### 二、我国茶叶强势品牌机会多

### 第二节 茶产业的投资风险分析

#### 一、经营风险

#### 二、行业风险

#### 三、市场风险

#### 四、政策性风险

## 第二十一章 茶叶行业发展趋势及策略分析

### 第一节 我国茶叶市场发展趋势分析

#### 一、贯彻品牌战略

#### 二、加快资源整合步骤

#### 三、引进外脑，圆茶叶市场发展之梦

#### 四、苦练内功，提高管理水平

### 第二节 我国茶叶零售发展趋势分析

#### 一、茶叶连锁经营 有利品牌塑造

#### 二、茶叶专业市场面临危机

#### 三、单体店无品牌优势

#### 四、茶叶连锁经营成发展主流

#### 五、低谷入市正合时

### 第三节 提升我国茶叶软实力的策略分析

#### 一、科技创新

#### 二、文化创意



三、打造品牌

四、自主标准

图表目录（部分）：

图表 2005-2010年上半年国内生产总值

图表 2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表 2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表 2005-2010年上半年国家外汇储备

图表 2005-2010年上半年财政收入

图表 2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表 2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表 2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表 2010年中国精制茶加工业成长能力分析

图表 2009年中国精制茶加工业成长能力分析

图表 2008年中国精制茶加工业成长能力分析

图表 2008年中国精制茶加工业盈利能力分析

图表 2009年中国精制茶加工业盈利能力分析

图表 2010年中国精制茶加工业盈利能力分析

图表 2008年中国精制茶加工业偿债能力分析

图表 2009年中国精制茶加工业偿债能力分析

图表 2010年中国精制茶加工业偿债能力分析

图表 2008年中国精制茶加工业行业规模分析

图表 2009年中国精制茶加工业行业规模分析

图表 2010年中国精制茶加工业行业规模分析

图表 2008-2010年中国精制茶加工业销售收入增长率对比

图表 2008-2010年中国精制茶加工业利润总额增长率对比

图表 2008-2010年中国精制茶加工业毛利率对比

图表 2008-2010年中国精制茶加工业营业费用率对比

图表 2008-2010年中国精制茶加工业管理费用率对比

图表 2008-2010年中国精制茶加工业财务费用率对比

图表 2008-2010年中国精制茶加工业税前利润率对比

图表 2008-2010年中国精制茶加工业人均税前利润对比

图表 2008-2010年中国精制茶加工业资产负债率对比  
图表 2008-2010年中国精制茶加工业三项期间费用率对比  
图表 2008-2010年中国精制茶加工业流动资产平均余额对比  
图表 2008-2010年中国精制茶加工业销售收入对比  
图表 2008-2010年中国精制茶加工业资产总计对比  
图表 2008-2010年中国精制茶加工业利润总额对比  
图表 2008-2010年中国精制茶加工业负债总额对比  
图表 2008-2010年中国精制茶加工业企业数量对比  
图表 2008-2010年中国精制茶加工业职工人数对比  
图表 1965-2000年英国袋泡茶占的比重  
图表 1965-2003年世界袋泡茶增长趋势  
图表 10年来中国名优茶发展情况  
图表 20年来茶叶市场的6个阶段  
图表 愿意支付较高金额购买绿色茶的回归估计结果  
图表 购买安全茶叶愿意支付价格增幅的 Order Prodit估计结果  
图表 实证计量模式解释变量符号与意义  
图表 购买安全茶叶愿意支付较高价格的消费者特性差异鉴定  
图表 各类饮料饮用频率统计表  
图表 全国茶叶重点区域基地县名单（2）  
图表 全国茶叶重点区域基地县名单（1）  
图表 科威特1971-1981年11年间进口总量和人均消费量  
图表 略&hellip;&hellip;  
更多图表见报告正文

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。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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/linye1012/59128535MW.html>