

# 2014-2019年中国大红袍茶叶市场调研与发展战略研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

# 一、报告报价

《2014-2019年中国大红袍茶叶市场调研与发展战略研究报告》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.cction.com/report/201403/102658.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

金融危机以来，国家围绕“保增长、调结构”采取了一系列调控政策，为我国大红袍茶叶行业提供了较为宽松的国内发展环境，使大红袍茶叶行业从2008年下半年以来的困境中得到了缓解和恢复。我国大红袍茶叶行业也在加快产业结构调整、转变发展方式，为茶叶行业持续发展提供了动力和支撑。在全球经济不景气、国际市场持续低迷的情况下，我国大红袍茶叶行业仍然呈现出了企稳回升、发展逐渐向好的良好局面。

虽然大红袍茶叶行业发展很快，但是市场存在的一些问题不容忽视，如市场无序竞争、产品质量下降、创新乏力等。大红袍茶叶行业的规划和发展需要建立在充分市场调研的基础之上，大红袍茶叶市场管理需要认清市场经济条件下政府和企业的角色定位，大红袍茶叶市场有序运行需要完善市场交易规则和各项制度。

2012年全国大红袍茶叶生产保持了增长态势，大红袍茶叶消费市场将呈现多样化趋势。大红袍茶叶品牌化和特色茶文化成为营销主流，各地更加重视打造知名品牌和开发名优特色产品，高附加值的品牌茶消费会继续增长，精深加工茶和保健茶消费特别是方便、快捷的袋泡茶、速溶茶以及茶食品、茶饮品等消费量将呈增长态势。

收入水平的提高将逐步带动消费升级，下游客户对大红袍茶叶消费的要求也不断提升。随着人们消费水平的提高和对健康的关注，消费者对大红袍茶叶质量、安全将会日益重视。同时，随着生活水平的提高，消费能力的提升，除传统的口感需求以外，消费者对于大红袍茶叶品牌和质量等需求也会不断加强。

由于大红袍茶叶生产受地域限制，下游客户在品种的选择上多以当地或邻近产地的产品为主。在传统上，由于交通运输不便，人口流动性小，大红袍茶叶消费也因此呈现出一定的地域性特征。近年来交通运输与物流业的快速发展，以及人员在各地域间的迁徙、流动越发频繁，逐步带动了大红袍茶叶产品在产地外区域的推广，大红袍茶叶企业的销售半径不断扩大，运输时间缩短，消费者可以更方便、快捷地购买到各品种的大红袍茶叶，品饮习惯的区域性特征将会逐步淡化。

我国传统的大红袍茶叶生产多以家庭为单位，大红袍茶叶加工企业规模小而分散，加工方式以传统手工作坊为主。这类企业技术与管理水平较低，产品质量不稳定，无品牌或品牌知名度低，且营销能力较弱，在竞争中处于劣势。进行大规模产业化生产，有利于提高大红袍茶叶企业的生产效率，建立自有品牌，更有效的保证产品质量稳定安全。随着下游客户和消费者对产品品牌、质量要求的日益提高，规模化、产业化、机械化生产方式将成为大红袍茶叶行业发展的必然趋势。

多元而完善的销售渠道能够提升品牌知名度，是消费品生产企业形成市场竞争优势的关键

。与传统的单店单一经营模式相比，连锁经营可通过复制销售终端式，塑造企业品牌在该品类大红袍茶叶中的形象与地位，更有利于产品推广。从市场发展来看，大规模连锁经营等复合销售模式是大红袍茶叶销售的必经之路。

本《2014-2019年大红袍茶叶投资潜力及发展预测研究报告》，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、以及国内外多种相关报刊杂志媒体提供的最新研究资料。本报告对国内外大红袍茶叶行业的发展状况进行了深入透彻地分析，对我国行业市场情况、技术现状、供需形势作了详尽研究，重点分析了国内外重点企业、行业发展趋势以及行业投资情况，报告还对大红袍茶叶下游行业的发展进行了探讨，是大红袍茶叶及相关企业、投资部门、研究机构准确了解目前中国市场发展动态，把握大红袍茶叶行业发展方向，为企业经营决策提供重要参考的依据。

## 报告目录

### 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 2011-2013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、2012-2013年市场工业总产值分析 73

##### 二、2012-2013年不同规模企业工业总产值分析 74

##### 三、2012-2013年不同所有制企业工业总产值比较 75

##### 四、2012-2013年行业市场工业总产值地区分布 76

### 第四章 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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、2014-2019年我国大红袍茶叶市场竞争趋势 121

二、2014-2019年大红袍茶叶行业竞争格局展望 122

三、2014-2019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、2012-2013年经营状况分析	158
四、2014-2019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、2012-2013年经营状况分析	161
四、2014-2019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、2012-2013年经营状况分析	165
四、2014-2019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、2012-2013年经营状况分析	167
四、2014-2019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、2012-2013年经营状况分析	170
四、2014-2019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、2012-2013年经营状况分析	173
四、2014-2019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、2012-2013年经营状况分析	176
四、2014-2019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、2012-2013年经营状况分析	178
四、2014-2019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、2012-2013年经营状况分析	180
四、2014-2019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、2012-2013年经营状况分析	182
四、2014-2019年公司发展战略分析	183
第四部分 投资发展分析	
第十章 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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、2013年宏观经济数据分析	219
二、2013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、2013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 2014-2019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、2011-2013年广告投放方式变化分析	286
二、2011-2013年广告投放总量变化分析	288
三、2014-2019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、2014-2019年行业投资战略	318
二、2014-2019年细分行业投资战略	320
图表目录	
图表：2012-2013年上半年我国国内生产总值统计分析	13
图表：2008-2012年国家外汇储备及其增长速度	19

图表：2008-2012年公共财政收入及其增长速度 19

图表：2012年1月国内PPI指数 20

图表：2012年2月国内PPI指数 20

图表：2012年3月国内PPI指数 20

图表：2012年4月国内PPI指数 20

图表：2012年5月国内PPI指数 20

图表：2012年6月国内PPI指数 20

图表：2012年7月国内PPI指数 20

图表：2012年8月国内PPI指数 21

图表：2012年9月国内PPI指数 21

图表：2012年10月国内PPI指数 21

图表：2012年11月国内PPI指数 21

图表：2012年12月国内PPI指数 21

图表：2013年1月国内PPI指数 21

图表：2013年2月国内PPI指数 21

图表：2013年3月国内PPI指数 21

图表：2013年4月国内PPI指数 22

图表：2013年5月国内PPI指数 22

图表：2013年6月国内PPI指数 22

图表：2012年1月国内CPI同比增幅 22

图表：2012年2月国内CPI同比增幅 22

图表：2012年3月国内CPI同比增幅 22

图表：2012年4月国内CPI同比增幅 22

图表：2012年5月国内CPI同比增幅 22

图表：2012年6月国内CPI同比增幅 23

图表：2012年7月国内CPI同比增幅 23

图表：2012年8月国内CPI同比增幅 23

图表：2012年9月国内CPI同比增幅 23

图表：2012年10月国内CPI同比增幅 23

图表：2012年11月国内CPI同比增幅 23

图表：2012年12月国内CPI同比增幅 23

图表：2013年1月国内CPI同比增幅 23

图表：2013年2月国内CPI同比增幅 24

图表：2013年3月国内CPI同比增幅 24

图表：2013年4月国内CPI同比增幅 24

图表：2013年5月国内CPI同比增幅 24

图表：2013年6月国内CPI同比增幅 24

图表：2012年1季度全国居民收入情况 24

图表：2012年2季度全国居民收入情况 24

图表：2012年3季度全国居民收入情况 25

图表：2012年4季度全国居民收入情况 25

图表：2012年1月工业增加值增长走势 25

图表：2012年2月工业增加值增长走势 25

图表：2012年3月工业增加值增长走势 25

图表：2012年4月工业增加值增长走势 25

图表：2012年5月工业增加值增长走势 25

图表：2012年6月工业增加值增长走势 26

图表：2012年7月工业增加值增长走势 26

图表：2012年8月工业增加值增长走势 26

图表：2012年9月工业增加值增长走势 26

图表：2012年10月工业增加值增长走势 26

图表：2012年11月工业增加值增长走势 26

图表：2012年12月工业增加值增长走势 26

图表：2013年2月工业增加值增长走势 26

图表：2013年3月工业增加值增长走势 27

图表：2013年4月工业增加值增长走势 27

图表：2013年5月工业增加值增长走势 27

图表：2013年6月工业增加值增长走势 27

图表：2012年1季度固定资产投资(不含农户)情况 27

图表：2012年2季度固定资产投资(不含农户)情况 27

图表：2012年3季度固定资产投资(不含农户)情况 27

图表：2012年4季度固定资产投资(不含农户)情况 27

图表：2013年1季度固定资产投资(不含农户)情况 28

图表：2013年2季度固定资产投资(不含农户)情况 28

图表：2012-2013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：2012-2013年上半年中国大红袍茶叶市场规模 69

图表：2012-2013年上半年中国大红袍茶叶市场工业总产值 73

图表：2012-2013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：2012-2013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：2012-2013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：2012-2013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：2012-2013年上半年中国大红袍茶叶行业企业数量情况 82

图表：2012-2013年上半年中国大红袍茶叶行业产量 83

图表：2012-2013年上半年中国大红袍茶叶行业产品销售收入 84

图表：2012-2013年上半年中国大红袍茶叶行业销售毛利率情况 85

图表：2012-2013年上半年中国大红袍茶叶行业销售利润率情况 85

图表：2012-2013年上半年中国大红袍茶叶行业资产报酬率情况 86

图表：2012-2013年上半年中国大红袍茶叶行业负债率情况 86

图表：2012-2013年上半年中国大红袍茶叶行业亏损面情况 87

图表：2012-2013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：2012-2013年上半年中国大红袍茶叶行业总资产周转率 88

图表：2012-2013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：2012-2013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：2012-2013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：2012-2013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：2012-2013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：2012-2013年上半年大红袍茶叶华北地区销售收入 112

图表：2012-2013年上半年大红袍茶叶华中地区销售收入 112

图表：2012-2013年上半年大红袍茶叶华南地区销售收入 113

图表：2012-2013年上半年大红袍茶叶华东地区销售收入 113

图表：2012-2013年上半年大红袍茶叶东北地区销售收入 114

图表：2012-2013年上半年大红袍茶叶西南地区销售收入 114

图表：2012-2013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：2012-2013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：2012-2013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：2012-2013年北京吴裕泰茶业股份有限公司营业收入 168

图表：2012-2013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：2012-2013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：2012-2013年上半年安徽茶叶进出口有限公司进出口规模 180

图表：2012-2013年上半年安徽茶叶进出口有限公司汇总销售额 180

图表：2012-2013年上半年湖南省茶业集团股份有限公司总资产 182

图表：2012-2013年上半年湖南省茶业集团股份有限公司销售收入 183

图表：2012-2013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：2014-2019年中国大红袍茶叶行业供给预测 191

图表：2014-2019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：2008-2012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：<http://www.cction.com/report/201403/102658.html>