

2014-2020年中国杜仲茶市 场监测与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国杜仲茶市场监测与投资方向研究报告》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/201403/102896.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

杜仲茶以杜仲植物杜仲的叶为原料，在杜仲叶初长成或生长最旺盛时，或在花蕾将开放时，或在花盛开而果实种子尚未成熟时采收，以做杜仲茶，其中嫩芽杜仲茶品质最高。经传统茶叶加工及中药饮片加工方法制作而成的健康饮品杜仲茶，品味微苦而回甜上口，常饮有益健康，睡前喝一杯特好，无任何副作用，保健价值极高，饮用方便。杜仲鲜叶比茶鲜叶硬而大，梗较长，除幼叶外，不易做成具有茶叶样的条索。中国是茶叶的故乡，但现在还不是“饮茶大国”，还有很多国人不经常饮茶。尽管在过去的20年时间里，我国人均茶叶消费量增加了近3倍，但现在，我国人均年茶叶消费量仅为0.4千克，还不到世界人均0.5千克的消费水平。这也说明，我国的茶叶消费市场蕴涵着无限商机。这也是为什么我们把茶产业称为21世纪最有发展前途产业的原因之一。我国目前有净饮茶人口2.6亿，年人均消费量为1.54千克，如果每人每天沏茶增至3杯，那么年人均消费量将达到3.28千克。国内饮茶人口每增加1%，消费量即可增加4万吨；如果饮茶人口达到50%的话，茶叶消费量将达到200万吨。保健茶是以茶为主，配有适量中药，既有茶味，又有轻微药味，并有保健治疗作用的饮料。保健茶首先在西方流行。现在，每年世界茶叶产量110万吨，其中袋泡茶产量占30%-40%，主要生产国为中国、英国、美国、新加坡等国家和地区。由于茶叶的保健作用得到了更多科学家的证实，所以茶水饮料从20世纪70年代末开始了快速的发展。

日本早在20世纪80年代就已研究开发出了杜仲叶袋泡茶、速溶茶、罐装茶、软包装饮料、即售热饮料等产品，并将其推广应用于饲料添加剂生产领域，以此来提高鸡、甲鱼、鳗鱼等的品质。有关杜仲的挂面以及用杜仲茶为原料制作的多种保健菜肴等食品在日本也已经相继被开发。我国对杜仲叶的开发研究始于20世纪80年代，但是还相对落后于国外。我国用杜仲叶已研制成了多种类型的保健品，如杜仲茶（减肥茶、速溶茶、调压茶等）、杜仲晶、杜仲咖啡、杜仲酒、杜仲可乐、杜仲口服液、杜仲牙膏、杜仲酱油、杜仲保健醋、杜仲麻辣酱等保健品。其中杜仲茶的应用较为广泛，且品种也较多。我国丰富的杜仲资源，为杜仲的开发利用提供了充足的后备保障，但同时我们也应该看到，我国杜仲产业的发展还存在不少亟待解决的问题。例如栽培生产上的管理粗放、加工与深加工生产上的粗制滥造，并且大多数杜仲都以原料形式低价出口到日本等国，而我国自己的成品开发尚处在起步阶段。

杜仲茶生产厂家众多，产品种类十分丰富，除药用、保健和食用三方面外，还在饮料、化工等方面得到了很好的开发应用。但总体上，杜仲茶的产品主要集中在茶饮料和医药品两种类型，其它产品类型较少生产。从加工深度上来看，杜仲茶主要以深加工产品面市，初加工产品极少，再加工产品更是少。目前众多厂家生产的产品绝大多数是低水平的重复，产品质量不高，又缺乏特色，一定程度上影响了杜仲茶市场的开发。杜仲既是补肾上药，又被誉

为“世界上目前质地最高的天然降压药物”。随着人们对健康越来越重视和生活水平的不断提高，中老年人高血压患者逐年增多，杜仲产品市场需求越来越大。我国年需各种杜仲产品在20万吨以上，国外需求在100万吨以上。我国利用杜仲花、叶、皮开发的杜仲茶、杜仲速溶粉、杜仲冲剂、杜仲晶、杜仲可乐、杜仲口服液、杜仲酒等杜仲系列保健产品已远销东南亚及欧美地区，市场空间大，发展前景好。

本研究咨询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、国家发改委、国家海关总署、质检总局、工商总局、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国食品药品监督管理局、中国农业科学院茶叶研究所、中国保健协会、中国茶行业协会、中国行业研究网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，首先介绍杜仲茶的定义、分类等，然后分析杜仲茶行业的发展现状，接着分析杜仲茶的发展情况。随后阐述杜仲茶行业的竞争格局和分析重点企业经营状况，最后分析杜仲茶行业的发展前景与趋势，同时产业洞察网对杜仲茶行业进行全面的投资分析。本报告是杜仲茶行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

【 目 录 】

第一部分行业运行现状

第一章杜仲茶行业相关概述 1

第一节杜仲茶行业定义 1

一、产品定义 1

二、典故传说 1

三、等级分类 1

第二节杜仲茶的功效介绍 2

第三节杜仲茶产业链分析 5

第二章中国杜仲茶行业运行环境分析 6

第一节 2011-2012年中国经济环境分析 6

一、国民经济运行情况 6

二、消费价格指数CPI、PPI 15

三、全国居民收入情况 17

四、恩格尔系数 19

五、工业发展形势 19

| | |
|-----------------------------|----|
| 六、固定资产投资情况 | 20 |
| 七、中国汇率调整 | 22 |
| 八、对外贸易&进出口 | 24 |
| 第二节 2011-2012年中国杜仲茶行业政策环境分析 | 25 |
| 一、杜仲茶行业标准 | 25 |
| 二、杜仲茶行业相关政策 | 38 |
| 三、杜仲茶政策 | 48 |
| 第三节 2011-2012年中国杜仲茶行业社会环境分析 | 51 |
| 一、人口环境分析 | 51 |
| 二、教育环境分析 | 51 |
| 三、文化环境分析 | 52 |
| 四、生态环境分析 | 52 |
| 五、中国城镇化率 | 54 |
| 六、居民的各种消费观念和习惯 | 54 |
| 第四节投融资发展环境 | 57 |
| 一、金融开放 | 57 |
| 二、金融财政政策 | 58 |
| 三、金融货币政策 | 59 |
| 四、外汇政策 | 60 |
| 五、银行信贷政策 | 66 |
| 六、股权债券融资政策 | 69 |
| 第五节技术环境分析 | 73 |
| 一、杜仲树简介 | 73 |
| 二、大田杜仲栽培模式与经营技术 | 74 |
| 三、庭院式杜仲果园(种子园)经营 | 81 |
| 三、立体经营模式 | 83 |
| 四、提高杜仲叶产胶量的栽培措施 | 87 |
| 五、剥皮再生技术 | 88 |
| 第三章全球杜仲茶行业发展分析 | 89 |
| 第一节 2011-2012年全球杜仲茶市场分析 | 89 |
| 一、全球杜仲茶市场分析 | 89 |

| | |
|-------------------------------|-----|
| 二、全球杜仲茶市场需求分析 | 89 |
| 第二节 2011-2012年全球部分地区杜仲茶市场发展分析 | 90 |
| | |
| 第四章中国杜仲茶行业发展现状分析 | 91 |
| 第一节 2011-2012年杜仲茶行业发展现状 | 91 |
| 一、杜仲茶行业发展概况 | 91 |
| 二、杜仲茶行业生产状况分析 | 94 |
| 三、中国精制茶分地区生产统计 | 96 |
| 第二节 2011-2012年杜仲茶企业发展分析 | 99 |
| 一、杜仲茶企业发展动态分析 | 99 |
| 二、杜仲茶企业发展存在的问题 | 106 |
| 三、杜仲茶企业战略发展分析 | 110 |
| 第三节 2011-2012年杜仲茶行业经济运行分析 | 112 |
| 一、2011-2012年杜仲茶行业产值分析 | 112 |
| 二、2011-2012年杜仲茶行业效益分析 | 112 |
| 三、2011-2012年杜仲茶行业进口分析 | 113 |
| 四、2011-2012年杜仲茶行业出口分析 | 113 |
| 第四节 2012-2013年杜仲茶市场发展分析 | 113 |
| 一、2012年杜仲茶市场分析 | 113 |
| 二、2012年杜仲茶市场变化分析 | 114 |
| 三、2014-2020年杜仲茶市场走势分析 | 114 |
| 第五节 杜仲茶行业面临的挑战及发展建议 | 115 |
| 一、杜仲茶行业发展面临的难题 | 115 |
| 二、产业洞察网：杜仲茶行业发展建议 | 117 |
| | |
| 第五章中国杜仲茶消费市场分析 | 118 |
| 第一节 2011-2012年杜仲茶消费者特征分析 | 118 |
| 一、人口结构分析 | 118 |
| 二、年龄结构分析 | 118 |
| 三、学历结构分析 | 119 |
| 四、职业结构分析 | 120 |
| 五、收入结构分析 | 120 |

| | |
|--------------------------------|-----|
| 第二节 2011-2012年杜仲茶消费者对杜仲茶选择的调查 | 121 |
| 一、消费者对杜仲茶种类的选择率调查 | 121 |
| 二、消费者对杜仲茶品牌选择的调查 | 121 |
| 三、消费者对杜仲茶消费满意度调查 | 122 |
| 第三节 2011-2012年杜仲茶行业影响消费者选购因素分析 | 122 |
| 一、价格因素 | 122 |
| 二、品牌的影响 | 122 |
| 三、广告的影响 | 123 |
| 四、包装的影响 | 124 |
| 五、质量因素分析 | 124 |
| 第四节 2011-2012年杜仲茶市场消费者渠道分析 | 126 |
| 一、连锁药店、社区药店 | 126 |
| 二、普通商场、超市 | 126 |
| 三、批发市场 | 126 |
| 四、专卖店 | 127 |
| 五、其他渠道 | 128 |
| | |
| 第六章中国杜仲茶行业市场营销战略分析 | 129 |
| 第一节杜仲茶企业营销分析 | 129 |
| 一、杜仲茶市场营销现状 | 129 |
| 二、杜仲茶品牌成功因素分析 | 130 |
| 三、杜仲茶企业营销战略研究 | 131 |
| 四、中小杜仲茶企业营销战略 | 136 |
| 五、营销成功案例研究分析 | 138 |
| 第二节杜仲茶营销渠道分析 | 148 |
| 一、杜仲茶销售渠道构成 | 148 |
| 二、杜仲茶营销渠道策略分析 | 149 |
| 第三节杜仲茶行业营销策略分析 | 152 |
| | |
| 第二部分行业全景调研 | |
| 第七章中国杜仲茶行业数据监测 | 158 |
| 第一节 2011-2012年杜仲茶行业总体规模分析 | 158 |

| | |
|-----------------------------|-----|
| 一、2011-2012年杜仲茶企业数量结构分析 | 158 |
| 二、2011-2012年杜仲茶行业生产规模分析 | 159 |
| 第二节 2011-2012年杜仲茶行业产销分析 | 159 |
| 一、2011-2012年杜仲茶行业产成品情况总体分析 | 159 |
| 二、2011-2012年杜仲茶行业产品销售收入总体分析 | 160 |
| 第三节 2011-2012年杜仲茶行业盈利能力分析 | 160 |
| 一、杜仲茶行业销售利润率 | 160 |
| 二、杜仲茶行业成本费用售利润率 | 161 |
| 三、杜仲茶行业亏损面 | 161 |
| 第四节 2011-2012年杜仲茶行业偿债能力分析 | 162 |
| 一、杜仲茶行业资产负债比率 | 162 |
| 二、杜仲茶行业利息保障倍数 | 162 |
| 第五节 2011-2012年杜仲茶行业营运能力分析 | 163 |
| 一、杜仲茶行业应收账款周转率 | 163 |
| 二、杜仲茶行业总资产周转率 | 163 |
| 第六节 2011-2012年杜仲茶行业发展能力分析 | 164 |
| 一、杜仲茶行业总资产增长率 | 164 |
| 二、杜仲茶行业利润总额增长率 | 164 |
| 三、杜仲茶行业主营业务收入增长率 | 165 |
| 第七节 2012-2013年杜仲茶市场发展分析 | 165 |
| 一、2012年杜仲茶市场运行分析 | 165 |
| 二、2012年杜仲茶市场发展分析 | 165 |
| 三、2013年杜仲茶市场走势分析 | 166 |
| | |
| 第八章中国杜仲茶饮品行业发展分析 | 168 |
| 第一节 2011-2012年杜仲茶行业发展现状 | 168 |
| 一、杜仲茶行业的发展史 | 168 |
| 二、杜仲茶市场变化分析 | 172 |
| 三、杜仲茶质量情况分析 | 174 |
| 四、杜仲茶市场现状分析 | 175 |
| 第二节 2011-2012年杜仲茶市场供需分析 | 176 |
| 一、杜仲茶产值分析 | 176 |

| | |
|--------------------------|-----|
| 二、杜仲茶需求分析 | 177 |
| 三、影响杜仲茶市场需求的因素 | 177 |
| 第三节杜仲茶行业生产分析 | 179 |
| 一、产品及原材料进口、自有比例 | 179 |
| 二、国内产品及原材料生产基地分布 | 179 |
| 三、产品及原材料产业集群发展分析 | 181 |
| 四、2011-2012年产品及原材料产能情况分析 | 193 |

第九章中国杜仲茶行业发展分析 194

第一节 2011-2012年杜仲茶市场发展分析 194

- 一、杜仲茶发展分析 194
- 二、杜仲茶市场发展因素分析 194
- 三、杜仲茶市场消费特点分析 195

第二节 2011-2012年杜仲茶出口状况分析 197

- 一、杜仲茶出口数量及金额分析 197
- 二、杜仲茶主要出口市场分析 197

第三节 2011-2012年杜仲茶行业存在的问题及对策 198

- 一、杜仲茶产品问题分析 198
- 二、杜仲茶行业存在的问题 199
- 三、产业洞察网：针对杜仲茶的解难 201
- 四、杜仲茶行业品牌策略分析 202
- 五、提高杜仲茶市场竞争力策略分析 206

第三部分行业竞争格局

第十章中国杜仲茶行业竞争格局分析 209

第一节 2011-2012年杜仲茶行业竞争结构分析 209

- 一、杜仲茶种类品牌竞争 209
- 二、杜仲茶技术创新竞争 209
- 三、杜仲茶销售渠道竞争 211

第二节 2011-2012年杜仲茶区域市场格局分析 213

第十一章中国杜仲茶市场竞争分析 215

| | |
|---------------------------|-----|
| 第一节 2011-2012年杜仲茶行业集中度分析 | 215 |
| 一、杜仲茶市场集中度分析 | 215 |
| 二、杜仲茶区域集中度分析 | 215 |
| 三、杜仲茶企业集中度分析 | 217 |
| 第二节 2011-2012年杜仲茶市场竞争分析 | 217 |
| 一、杜仲茶市场竞争现状分析 | 217 |
| 二、杜仲茶企业竞争动态分析 | 217 |
| 三、杜仲茶企业发展存在的问题 | 218 |
| 四、杜仲茶行业竞争策略研究 | 219 |
| 第四部分行业趋势预测 | |
| 第十二章中国杜仲茶行业发展前景分析 | 221 |
| 第一节 2014-2020年杜仲茶市场前景分析 | 221 |
| 一、2014-2020年杜仲茶市场发展潜力分析 | 221 |
| 二、2014-2020年杜仲茶市场前景分析 | 222 |
| 第二节 2014-2020年杜仲产品市场前景分析 | 223 |
| 第十三章中国杜仲茶行业发展趋势分析 228 | |
| 第一节产业洞察网高级分析师对杜仲茶市场发展预测 | 228 |
| 一、2014-2020年杜仲茶市场供给预测 | 228 |
| 二、2014-2020年杜仲茶市场销量预测 | 228 |
| 三、2014-2020年杜仲茶市场规模预测 | 229 |
| 第二节 2014-2020年杜仲茶市场发展趋势 | 229 |
| 一、2014-2020年杜仲茶行业发展趋势 | 229 |
| 二、2014-2020年杜仲茶市场发展趋势 | 232 |
| 第十四章杜仲茶整体行业发展规划分析 233 | |
| 第一节 2014-2020年杜仲茶行业发展规划分析 | 233 |
| 一、杜仲茶行业发展机会分析 | 233 |
| 二、杜仲茶行业发展机遇分析 | 233 |
| 三、杜仲茶行业发展规划分析 | 233 |
| 第二节 2014-2020年杜仲茶行业投资分析 | 237 |

| | |
|---------------------------|-----|
| 一、杜仲茶市场投资现状 | 237 |
| 二、杜仲茶市场投资机会分析 | 239 |
| 三、产业洞察网高级分析师对杜仲茶市场投资分析 | 241 |
| 第三节 2014-2020年杜仲茶行业投资风险分析 | 242 |
| 一、2014-2020年杜仲茶行业市场风险预测 | 242 |
| 二、2014-2020年杜仲茶行业政策风险预测 | 245 |
| 三、2014-2020年杜仲茶行业经营风险预测 | 246 |
| 四、2014-2020年杜仲茶行业竞争风险预测 | 247 |
| 五、2014-2020年杜仲茶行业其他风险预测 | 247 |
| 第四节 2014-2020年杜仲茶行业投资战略分析 | 248 |
| 一、杜仲茶市场投资策略分析 | 248 |
| 二、杜仲茶细分市场投资策略分析 | 249 |
| 三、产业洞察网高级分析师对杜仲茶行业的发展建议 | 251 |

第五部分投资战略研究

| | |
|--------------------|-----|
| 第十五章中国杜仲茶行业发展战略研究 | 255 |
| 第一节市场策略分析 | 255 |
| 一、杜仲茶价格策略分析 | 255 |
| 二、杜仲茶渠道策略分析 | 256 |
| 第二节销售策略分析 | 257 |
| 一、媒介选择策略分析 | 257 |
| 二、产品定位策略分析 | 259 |
| 三、企业宣传策略分析 | 260 |
| 第三节重点客户实施战略 | 263 |
| 一、实施重点客户战略的必要性 | 263 |
| 二、合理确立重点客户 | 264 |
| 三、对重点客户的营销策略 | 265 |
| 四、强化重点客户的管理 | 265 |
| 五、实施重点客户战略要重点解决的问题 | 266 |
| 第四节对我国杜仲茶品牌的战略思考 | 268 |
| 一、企业品牌的重要性分析 | 268 |
| 二、杜仲茶实施品牌战略的意义 | 270 |

| | |
|----------------|-----|
| 三、杜仲茶企业品牌的现状分析 | 272 |
| 四、我国杜仲茶企业的品牌战略 | 272 |
| 五、杜仲茶品牌战略管理的策略 | 273 |
| 第五节杜仲茶企业经营管理策略 | 277 |
| 一、成本控制策略 | 277 |
| 二、定价策略 | 279 |
| 三、竞争策略 | 283 |
| 四、并购重组策略 | 283 |
| 五、营销策略 | 283 |
| 六、人力资源 | 286 |
| 七、财务管理 | 290 |

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/102896.html>