

2017-2022年大红袍茶叶市 场调研及发展机遇研究报告

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

《2017-2022年大红袍茶叶市场调研及发展机遇研究报告》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/201704/140576.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

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。

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。

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入研究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、 2017-2022年我国大红袍茶叶市场竞争趋势	121
二、 2017-2022年大红袍茶叶行业竞争格局展望	122
三、 2017-2022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、 企业发展简况分析	157
二、 企业经营情况分析	157
三、 企业经营优劣势分析	158
四、 2017-2022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、 企业发展简况分析	160
二、 企业经营情况分析	161
三、 企业经营优劣势分析	161
四、 2017-2022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、 企业发展简况分析	164
二、 企业经营情况分析	165
三、 企业经营优劣势分析	165
四、 2017-2022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、 企业发展简况分析	166
二、 企业经营情况分析	167
三、 企业经营优劣势分析	167
四、 2017-2022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、企业发展简况分析	169
二、企业经营情况分析	169
三、企业经营优劣势分析	170
四、2017-2022年公司发展战略分析	171
第六节武夷星茶业有限公司	171
一、企业发展简况分析	171
二、企业经营情况分析	173
三、企业经营优劣势分析	173
四、2017-2022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、企业发展简况分析	176
二、企业经营情况分析	176
三、企业经营优劣势分析	176
四、2017-2022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、企业发展简况分析	177
二、企业经营情况分析	177
三、企业经营优劣势分析	178
四、2017-2022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、企业发展简况分析	178
二、企业经营情况分析	179
三、企业经营优劣势分析	180
四、2017-2022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、企业发展简况分析	181
二、企业经营情况分析	182
三、企业经营优劣势分析	182
四、2017-2022年公司发展战略分析	183
第四部分投资发展分析	
第十章2017-2022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2017-2022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2017-2022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2017-2022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2017-2022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、2017-2022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、2017-2022年行业投资战略318

二、2017-2022年细分行业投资战略320

部分图表目录

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

更多图表见正文。。。。

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201704/140576.html>