

中国茯茶行业市场深度调研及投资价值评估咨询报告(2024-2029版)

报告简介

茶文化是以茶为载体所形成的特殊物质组合与所体现的文化艺术，是物质享受和精神享受的有机结合。文化可以转化为物质，文化可以促进经济发展。茶文化不仅是中国传统文化的重要组成部分，而且自古以来，茶文化就已经与山水文化、宗教文化、民族文化、民俗文化、烹饪文化、诗画文化、工艺美术等文化密切联系。尤其是在当今文化日益丰富的时代，要重视茯茶、茯茶文化的社会功用，积极开展茯茶文化研究，延扬茯茶文化，彰良茯茶品质，承弘茯茶技艺，传续茯茶历史。

进入21世纪以后，茯茶以其显著的清肠通便的保健效果和可观的收藏价值迅速风靡全球，使人们对于茯茶的知识 and 保健功效有了全新的认识。使得以肉食为主的国家和地区，对茯茶的需求逐步扩大。茯茶耐储存、保健功效多等优点更受经销商和消费者的欢迎，茯茶正从传统的边销茶逐步转向国内市场和国外出口市场，已经在沿海城市、日本、韩国形成消费热潮，并正在向全国和全球扩散。2019年，行业销售收入46.99亿元。

茯茶既有传统的市场，又有潜在的市场。作为边销茶，大量的产品是销往西北少数民族地区的新疆、青海、甘肃、宁夏、内蒙、西藏等省区。尽管他们通过几百年若干代人的饮用形成了“宁肯三日无粮，不可一日无茶”的共识，但内地省份大多数人不了解、不饮用茯茶。随着经济的发展、人民生活水平的提高、饮食结构的变化、“富贵病”的产生，以及对茯砖在少数民族地区人民强身健体和保健功能的深入研究，人们对茯砖的认识产生了改变。人们对茯茶的接受度迅速提高，茯砖不仅适合边疆少数民族地区牧民的饮用，而且适合全国乃至全世界人民饮用，尤其适合肉类食用量增加的人群的饮用。现在正处在一个崇尚生活品质、渴望健康的时代，人人都会慎重选择健康的饮品。可以预见，随着人们对茯砖认识的深入，饮用茯砖茶的人将越来越多，茯砖市场也必然越来越广阔。2025年，行业需求规模将会达到5.87万吨。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，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、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国茯茶行业作了详尽深入的分析，是企业进行市场研究工作时不可或缺的重要参考资料，同时也可作为金融机构进行信贷分析、证券分析、投资分析等研究工作时的参考依据。

报告目录

第一章 中国茯茶行业发展概述 1

第一节 茯茶行业发展情况 1

第二节 最近3-5年中国茯茶行业经济指标分析 1

一、赢利性 1

二、成长速度 1

三、附加值的提升空间	2
四、进入壁垒/退出机制	2
五、风险性	3
六、行业周期	3
七、竞争激烈程度指标	4
第三节 关联产业发展分析	5
第二章 中国茯茶行业的国际比较分析	9
第一节 中国茯茶行业竞争力指标分析	9
第二节 中国茯茶行业经济指标国际比较分析	9
第三节 茯茶行业市场需求分析	9
一、市场规模现状	9
二、需求结构分析	10
三、市场前景展望	10
第四节 茯茶行业市场供给分析	11
一、市场价格走势	11
二、重点企业分布	11
第三章 2019-2023年中国茯茶行业整体运行指标分析	12
第一节 中国茯茶行业总体规模分析	12
一、企业数量结构分析	12
二、行业规模分析	13
第二节 中国茯茶行业产销分析	13
一、行业情况总体分析	13
二、行业销售收入总体分析	15
第三节 中国茯茶行业财务指标总体分析	16

一、行业盈利能力分析	16
二、行业偿债能力分析	16
三、行业营运能力分析	17
四、行业发展能力分析	17
第四章 茯茶产业链的分析	18
第一节 行业集中度	18
第二节 主要环节的增值空间	18
第三节 行业进入壁垒和驱动因素	18
第四节 上下游行业影响及趋势分析	19
第五章 区域市场情况深度研究	23
第一节 长三角区域市场情况分析	23
第二节 珠三角区域市场情况分析	23
第三节 环渤海区域市场情况分析	24
第四节 茯茶行业主要市场大区发展状况及竞争力研究	25
一、华北大区市场分析	25
二、华中大区市场分析	26
三、华南大区市场分析	28
四、华东大区市场分析	29
五、东北大区市场分析	30
六、西南大区市场分析	32
七、西北大区市场分析	33
第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析	33
第六章 2024-2029年需求预测分析	37
第一节 茯茶行业领域2024-2029年需求量预测	37

第二节 2024-2029年茯茶行业领域需求功能预测 37

第三节 2024-2029年茯茶行业领域需求市场格局预测 38

第七章 茯茶市场竞争格局分析 40

第一节 行业竞争结构分析 40

一、现有企业间竞争 40

二、潜在进入者分析 41

三、替代品威胁分析 42

四、供应商议价能力 48

五、客户议价能力 48

第二节 行业集中度分析 49

一、市场集中度分析 49

二、企业集中度分析 50

三、区域集中度分析 50

第三节 行业国际竞争力比较 50

一、需求条件 50

二、支援与相关产业 51

三、企业战略、结构与竞争状态 53

四、政府的作用 57

第四节 茯茶行业主要企业竞争力分析 59

一、重点企业资产总计对比分析 59

二、重点企业从业人员对比分析 60

三、重点企业全年营业收入对比分析 60

四、重点企业利润总额对比分析 60

五、重点企业综合竞争力对比分析 60

第五节 茯茶行业竞争格局分析 61

- 一、茯茶行业竞争分析 61
- 二、国内外茯茶竞争分析 61
- 三、中国茯茶市场竞争分析 61
- 四、中国茯茶市场集中度分析 61

第六节 茯茶企业竞争策略分析 61

- 一、市场定位策略 61
- 二、产品定价策略 63
- 三、品牌竞争策略 64
- 四、渠道竞争策略 65
- 五、产业链竞争策略 66

第八章 主要企业的排名与产业结构分析 68

第一节 行业企业排名分析 68

第二节 产业结构分析 68

- 一、市场细分充分程度的分析 68
- 二、市场领先企业案例分析 69
- 三、领先企业的结构分析(所有制结构) 73

第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 74

- 一、产业价值链的构成 74
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析 74

第四节 产业结构发展预测 76

- 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析(投资政策、外资政策、限制性政策) 76
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 78
- 三、中国茯茶行业参与国际竞争的战略市场定位 78

第九章 前十大领先企业分析 79

第一节 湖南省白沙溪茶厂有限责任公司 79

- 一、主营业务及经营状况 79
- 二、历年销售规模、利润指标 79
- 三、主要市场定位 79
- 四、主要优势与主要劣势 80
- 五、市场拓展战略与手段分析 81

第二节 湖南中茶茶业有限公司 81

- 一、主营业务及经营状况 81
- 二、历年销售规模、利润指标 81
- 三、主要市场定位 83
- 四、主要优势与主要劣势 83
- 五、市场拓展战略与手段分析 83

第三节 湖南省益阳茶厂有限公司 84

- 一、主营业务及经营状况 84
- 二、历年销售规模、利润指标 84
- 三、主要市场定位 85
- 四、主要优势与主要劣势 86
- 五、市场拓展战略与手段分析 87

第四节 湖南省高马二溪茶业有限公司 87

- 一、主营业务及经营状况 87
- 二、历年销售规模、利润指标 88
- 三、主要市场定位 88
- 四、主要优势与主要劣势 89

五、市场拓展战略与手段分析	90
第五节 陕西泾阳百富茯砖茶有限公司	91
一、主营业务及经营状况	91
二、历年销售规模、利润指标	91
三、主要市场定位	91
四、主要优势与主要劣势	91
五、市场拓展战略与手段分析	92
第六节 湖南尊品茶业有限公司	92
一、主营业务及经营状况	92
二、历年销售规模、利润指标	93
三、主要市场定位	93
四、主要优势与主要劣势	93
五、市场拓展战略与手段分析	94
第七节 湘丰茶业集团有限公司	94
一、主营业务及经营状况	94
二、历年销售规模、利润指标	96
三、主要市场定位	96
四、主要优势与主要劣势	97
五、市场拓展战略与手段分析	98
第八节 湖南华莱生物科技有限公司	100
一、主营业务及经营状况	100
二、历年销售规模、利润指标	101
三、主要市场定位	102
四、主要优势与主要劣势	102

五、市场拓展战略与手段分析 102

第九节 湖南高家山茶业有限公司 103

一、主营业务及经营状况 103

二、历年销售规模、利润指标 103

三、主要市场定位 103

四、主要优势与主要劣势 104

五、市场拓展战略与手段分析 105

第十节 天方茶业股份有限公司 105

一、主营业务及经营状况 105

二、历年销售规模、利润指标 105

三、主要市场定位 106

四、主要优势与主要劣势 106

五、市场拓展战略与手段分析 108

第十章 应用领域及行业供需分析 109

第一节 需求分析 109

一、茯茶行业需求市场 109

二、茯茶行业客户结构 110

三、茯茶行业需求的地区差异 111

第二节 供给分析 111

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势 111

一、茯茶行业的需求预测 111

二、茯茶行业的供应预测 112

三、供求平衡分析 112

四、供求平衡预测 112

第四节 市场价格走势分析	113
第十一章 影响企业经营的关键趋势	114
第一节 市场整合成长趋势	114
第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测	114
一、需求定位理论下茯茶营销的特点	114
二、需求定位型的茯茶营销理论分析	115
三、需求定位型的茯茶营销实践分析	117
第三节 企业区域市场拓展的趋势	118
第四节 科研开发趋势及替代技术进展	119
第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势	120
第六节 中国茯茶行业swot分析	122
第七节 行业发展战略研究	124
一、战略综合规划	124
二、技术开发战略	126
三、业务组合战略	128
四、区域战略规划	130
五、产业战略规划	130
六、营销品牌战略	131
七、竞争战略规划	132
第八节 对我国茯茶品牌的战略思考	133
一、企业品牌的重要性	133
二、茶叶实施品牌战略的意义	135
三、茶叶企业品牌的现状分析	135
四、我国茶叶企业的品牌战略	137

五、茶叶品牌战略管理的策略 138

第十二章 2024-2029年茯茶行业投资价值评估分析 143

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析 143

第二节 产业发展的空白点分析 143

第三节 投资回报率比较高的投资方向 145

第四节 新进入者应注意的障碍因素 146

第五节 营销分析与营销模式推荐 147

一、渠道构成 147

二、渠道稳定影响因素 149

三、问题破解思路 150

四、销售渠道效果 151

五、价值流程结构 158

附件 160

图表目录

图表：行业周期分析 4

图表：2019-2023年中国茯茶行业市场规模情况 9

图表：2019-2023年茯茶价格走势 11

图表：2019-2023年中国茯茶行业企业数量结构 12

图表：2019-2023年中国茯茶行业市场规模 13

图表：2019-2023年我国茯茶产量 15

图表：2019-2023年我国茯茶行业销售收入 15

图表：2019-2023年茯茶行业盈利能力 16

图表：2019-2023年茯茶行业偿债能力 16

图表：2019-2023年茯茶行业营运能力 17

- 图表：2019-2023年茯茶行业发展能力 17
- 图表：2019-2023年茯茶行业cr10情况 18
- 图表：华北地区城市坐标图 25
- 图表：华北地区茯茶行业经济环境分析 26
- 图表：华北地区茯茶市场规模 26
- 图表：华中地区城市座标图 27
- 图表：华中地区茯茶行业经济环境分析 27
- 图表：华中地区茯茶市场规模 27
- 图表：华南地区城市座标图 28
- 图表：华南地区茯茶行业经济环境分析 28
- 图表：华南地区茯茶市场规模 28
- 图表：华东地区城市座标图 29
- 图表：华东地区茯茶行业经济情况分析 29
- 图表：华东地区茯茶市场规模 30
- 图表：东北地区城市座标图 31
- 图表：东北地区茯茶行业社会环境分析 32
- 图表：东北地区茯茶市场规模 32
- 图表：西南地区茯茶行业经济环境分析 32
- 图表：西南地区茯茶市场规模 32
- 图表：西北地区茯茶行业经济环境分析 33
- 图表：西北地区茯茶市场规模 33
- 图表：2024-2029年茯茶行业需求量预测 37
- 图表：我国茯茶行业现有企业竞争分析 40
- 图表：我国茯茶行业潜在进入者分析 42

- 图表：茯茶行业购买者议价能力 49
- 图表：2019-2023年茯茶行业cr10情况 50
- 图表：2019-2023年中国茯茶行业企业集中度情况 50
- 图表：2019-2023年中国茯茶行业重点企业总资产对比 59
- 图表：2019-2023年中国茯茶行业重点企业在职工对比 60
- 图表：2019-2023年中国茯茶行业重点企业营业收入对比 60
- 图表：2019-2023年中国茯茶行业重点企业利润总额对比 60
- 图表：2019-2023年中国茯茶行业重点企业竞争力评价 60
- 图表：2019-2023年我国茯茶品牌排名 68
- 图表：茯茶理化指标 69
- 图表：2019-2023年茯茶规模以上企业所有制结构 74
- 图表：涉茶重大法律法规 76
- 图表：涉茶相关管理文件 77
- 图表：湘丰茶叶茯茶产品 95
- 图表：湘丰茶叶售后服务体系 99
- 图表：湘丰茶叶物流结构 100
- 图表：华莱茯砖茶产品 101
- 图表：2024-2029年茯茶行业需求量预测 111
- 图表：2024-2029年我国茯茶行业的供应预测 112
- 图表：我国部分茯茶产品价格 113
- 图表：2024-2029年我国茯茶价格预测 113
- 图表：四种基本的品牌战略 142

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20200723/176020.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)