

中国精制茶行业发展深度分析及投资前景预测报告(2024-2029版)

报告简介

茶作为我国的传统饮品，近些年来中国茶叶行业随着科技和市场的发展，中国茶叶行业基本形成了完整的产业链，上游种植采摘、中游生产加工、下游销售市场、以及向后延伸的市场，如新式茶饮。近几年来，随着中国茶叶后市场兴起，带动了年轻一代消费者对茶叶的消费热情，如新式茶饮品牌喜茶，用创新的产品设计、良好的定价策略以及精准的市场定位，成功开拓出新式茶饮的市场。

2020年中国茶叶农业产值已突破2500亿元，内销额接近3000亿元，出口额保持在20亿元以上。“十三五”期间，我国涉茶领域共申请专利30909项，较“十二五”增长11.64%。截至“十三五”末，我国茶叶类登记注册商标总数超过68万件(约占全国商标有效注册总数的3%)，中国驰名商标(茶叶类)94件、中华老字号(茶叶类)37个，全国共有131个茶叶产品获得地理标志产品保护，地理标志证明商标注册数超过230件，28个茶叶地理标志产品入选中欧地理标志协定保护名录。

精制茶加工指对毛茶或半成品原料茶进行筛分、轧切、风选、干燥、匀堆、拼配等精制加工茶叶的生产。精制茶包括精制红茶、绿茶、花茶、乌龙茶、紧压茶等。我国精制茶加工行业产业链的上游主要是茶叶种植行业，中游是精制茶加工行业，下游是各种茶庄、超市、商场、茶馆、网上零售店等流通消费领域。

我国精制茶加工行业主要分布在华东和华中地区。华东地区占了约41%的市场份额，华中地区占了约32%的市场份额;两个地区合计占全国精制茶加工行业约73%的市场份额。其中，福建省是全国精制茶加工行业集中区域，占了全国25.77%的市场份额;其次是湖北省，市场份额占比为14.72%;湖南、四川、浙江的市场份额占比分别是12.88%、9.16%、5.55%。

在中国茶产业“十四五”期间，中国茶产业应聚焦的关键词是“高质量发展”。其中，在产能方面，茶叶产能得到有效控制，生产要素配置进一步优化，推进茶叶生产过程工业化、智能化发展，培育智能制造模式。在有效控制茶园面积和产能，使之保持平稳的同时，更加注重生产效率，单位产能和无性系良种茶园面积比例的提升。

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、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国茶叶流通协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国精制茶及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新成果与技术等进行了分析，并重点分析了精制茶行业发展状况和特点，以及精制茶行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的精制茶行业发展态势作了详细分析，并对精制茶行业进行了趋向研判，是精制茶开发、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前精制茶业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 中国精制茶行业发展综述

第一节 精制茶行业定义及分类

一、行业概念及定义

二、行业主要产品大类

三、行业在国民经济中的地位

第二节 精制茶行业统计标准

一、精制茶行业统计部门和统计口径

二、精制茶行业统计方法

三、精制茶行业数据种类

第三节 精制茶行业供应链分析

一、精制茶行业上下游产业供应链简介

二、精制茶行业下游产业链分析

1、居民消费现状及特征分析

2、零售业发展现状分析

3、餐饮业发展现状分析

三、精制茶行业上游产业供应链分析

1、中国茶叶种植情况

2、中国茶叶包装业发展现状

第二章 精制茶行业市场环境及影响分析 (pest)

第一节 精制茶行业政治法律环境(p)

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、精制茶行业标准

四、行业相关发展规划

1、精制茶行业国家发展规划

2、精制茶行业地方发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析(e)

第三节 中国精制茶行业社会环境分析

一、中国人口因素及对精制茶行业影响

二、茶叶人均消费及发展影响

三、国内生活方式及对精制茶行业影响

第四节 中国精制茶行业技术环境分析

一、行业生产技术

1、绿茶加工技术水平分析

2、红茶加工技术水平分析

3、乌龙茶加工技术水平分析

4、普洱茶加工技术水平分析

二、行业生产技术发展趋势

第二部分 行业深度分析

第三章 中国精制茶行业运行现状分析

第一节 中国精制茶行业发展状况分析

一、中国精制茶行业发展阶段

二、中国精制茶行业发展概况及特点

三、中国精制茶行业发展存在的问题

四、中国精制茶行业商业模式分析

第二节 中国精制茶行业市场运行现状分析

一、中国精制茶行业市场规模

二、中国精制茶产品结构分析

三、中国精制茶行业产销分析

四、中国精制茶行业利润总额分析

第三节 中国精制茶企业发展分析

一、企业数量及增长分析

二、不同规模企业结构分析

三、行业从业人员数量分析

第四节 中国精制茶行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第五节 中国精制茶市场价格走势分析

一、精制茶市场定价机制组成

二、精制茶市场价格影响因素

三、2019-2023年精制茶产品价格走势分析

四、2024-2029年精制茶产品价格走势预测

第四章 中国精制茶行业市场供需形势及进出口分析

第一节 精制茶行业供需平衡分析

一、全国精制茶行业供给情况分析

1、全国精制茶行业产量分析

2、全国精制茶行业产成品分析

二、各地区精制茶行业供给情况分析

1、总产值排名前10个地区分析

2、产成品排名前10个地区分析

三、全国精制茶行业需求情况分析

1、全国精制茶行业销量分析

2、全国精制茶行业销售结构分析

四、各地区精制茶行业需求情况分析

1、销售产值排名前10个地区分析

2、销售收入排名前10个地区分析

五、全国精制茶行业供需平衡分析

第二节 中国精制茶行业进出口分析

一、精制茶行业出口市场分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口总额分析

3、行业出口产品结构

二、精制茶行业进口市场分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口总额分析

3、行业进口产品结构

三、中国精制茶出口面临的挑战及对策

四、精制茶行业进出口前景及建议

第五章 中国精制茶行业消费者行为分析

第一节 精制茶行业消费者主体分析

一、消费者年龄结构

二、消费者收入水平

三、消费者职业结构

第二节 精制茶行业消费者消费目的分析

一、个人饮用需求

二、家庭聚会需求

三、商务应酬需求

第三节 精制茶消费者主要关注因素分析

一、安全卫生

二、风味特色

三、饮用环境

四、价格水平

五、品牌效应

六、口碑评价

第四节 精制茶消费者更多需求分析

一、原材料绿色健康

二、环境舒适

三、服务周到

第五节 精制茶消费者消费渠道分析

一、互联网消费

二、实体店消费

第三部分 市场全景调研

第六章 中国精制茶行业商业模式构建与实施策略

第一节 精制茶行业商业模式要素与特征

一、商业模式的构成要素

二、商业模式的模式要素

1、价值模式

2、战略模式

- 3、市场模式
- 4、营销模式
- 5、管理模式
- 6、资源整合模式
- 7、资本运作模式
- 8、成本模式
- 9、营收模式

三、成功商业模式的特征

第二节 精制茶行业企业商业模式构建步骤

一、挖掘客户价值需求

- 1、转变商业思维
- 2、客户隐性需求
- 3、客户价值主张

二、产业价值链再定位

- 1、客户价值公式
- 2、产业价值定位
- 3、商业形态定位

三、寻找利益相关者

四、构建盈利模式

第三节 精制茶行业商业模式的实施策略

一、企业价值链管理的目标

- 1、高效率
- 2、高品质
- 3、持续创新

4、快速客户响应

二、企业价值链管理系统建设

1、组织结构系统

2、企业控制系统

三、企业文化建设

第七章 中国精制茶行业商业模式创新转型分析

第一节 互联网思维对行业的影响

一、互联网思维三大特征

二、基于互联网思维的行业发展

第二节 互联网时代精制茶商业模式

一、平台模式

二、o2o模式

三、品牌模式

1、品牌模式的内涵及本质

2、成功的移动互联网品牌

3、如何推进品牌经营

第三节 互联网背景下精制茶行业商业模式选择

一、精制茶行业与互联网思维的结合

二、互联网背景下精制茶行业商业模式选择

第八章 精制茶行业主要产品分析

第一节 精制茶行业结构特征分析

一、精制茶行业市场结构现状分析

二、精制茶行业细分结构特征分析

三、精制茶行业细分市场发展概况

四、精制茶行业市场结构变化趋势

第二节 行业主要产品市场分析

一、绿茶产品市场分析

二、红茶产品市场分析

三、特种茶产品市场分析

1、乌龙茶产品市场分析

2、普洱茶产品市场分析

3、其他特种茶产品市场分析

第三节 精制茶行业产品发展趋势

一、精制茶产品市场发展趋势

二、精制茶产品包装发展趋势

第九章 中国精制茶行业营销趋势及策略分析

第一节 精制茶行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

1、渠道构成

2、销售贡献比率

3、覆盖率

4、销售渠道效果

5、价值流程结构

6、渠道建设方向

二、精制茶营销环境分析与评价

1、国际环境下的精制茶

2、“互联网+”环境下的精制茶

3、中国精制茶市场整体环境

三、销售渠道存在的主要问题

四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 精制茶行业营销策略分析

一、精制茶特色营销方式

二、精制茶营销策略探讨

1、精制茶互联网营销策略浅析

2、精制茶市场推广策略分析

3、精制茶同步优惠营销策略分析

第三节 精制茶营销的发展趋势

一、团购营销趋势

二、高效营销趋势

三、环境营销趋势

四、绿色、保健营销趋势

五、个性化、特色化、形象化营销趋势

六、情感营销趋势

七、社交营销趋势

第四节 精制茶市场营销模式与面临的挑战

一、消费行为由理性到感性变化

二、消费者需求结构变化

三、消费者品牌意识增强

第四部分 竞争格局分析

第十章 2024-2029年精制茶行业领先企业经营形势分析

第一节 福建安溪铁观音集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织架构分析

四、企业产品结构及新产品动向

五、企业销售渠道与网络

六、企业经营状况优劣势分析

第二节 苏州市洞庭山碧螺春茶业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织架构分析

四、企业产品结构及新产品动向

五、企业销售渠道与网络

六、企业经营状况优劣势分析

第三节 杭州西湖龙井茶叶有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织架构分析

四、企业产品结构及新产品动向

五、企业销售渠道与网络

六、企业经营状况优劣势分析

第四节 安徽省祁门红茶发展有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织架构分析

四、企业产品结构及新产品动向

五、企业销售渠道与网络

六、企业经营状况优劣势分析

第五节 云南普洱茶(集团)有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织架构分析

四、企业产品结构及新产品动向

五、企业销售渠道与网络

六、企业经营状况优劣势分析

第六节 武夷山市正袍国茶茶业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织架构分析

四、企业产品结构及新产品动向

五、企业销售渠道与网络

六、企业经营状况优劣势分析

第七节 福鼎白茶股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织架构分析

四、企业产品结构及新产品动向

五、企业销售渠道与网络

六、企业经营状况优劣势分析

第八节 四川省茶业集团股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业组织架构分析
- 四、企业产品结构及新产品动向
- 五、企业销售渠道与网络
- 六、企业经营状况优劣势分析

第九节 湖南省君山银针茶业股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业组织架构分析
- 四、企业产品结构及新产品动向
- 五、企业销售渠道与网络
- 六、企业经营状况优劣势分析

第十节 云南龙生茶业股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业组织架构分析
- 四、企业产品结构及新产品动向
- 五、企业销售渠道与网络
- 六、企业经营状况优劣势分析

第十一节 湖南梅山黑茶股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业组织架构分析

四、企业产品结构及新产品动向

五、企业销售渠道与网络

六、企业经营状况优劣势分析

第十二节 河南信阳毛尖集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织架构分析

四、企业产品结构及新产品动向

五、企业销售渠道与网络

六、企业经营状况优劣势分析

第五部分 发展战略展望

第十一章 2024-2029年精制茶行业前景及趋势预测

第一节 2024-2029年精制茶市场前景及趋势

一、2024-2029年精制茶市场发展潜力

二、2024-2029年精制茶市场前景展望

三、2024-2029年精制茶细分产品发展前景分析

四、2024-2029年精制茶行业发展趋势分析

第二节 2024-2029年中国精制茶行业供需预测

一、2024-2029年中国精制茶企业数量预测

二、2024-2029年中国精制茶行业产量预测

三、2024-2029年中国精制茶市场销量预测

四、2024-2029年中国精制茶行业需求预测

五、2024-2029年中国精制茶行业供需平衡预测

第三节 2024-2029年精制茶行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、精制茶行业投资机遇

第四节 中国精制茶行业投资建议

一、精制茶行业未来发展方向

二、精制茶行业主要投资建议

三、中国精制茶企业融资分析

1、中国精制茶企业ipo融资分析

2、中国精制茶企业再融资分析

第十二章 “互联网+”背景下精制茶行业面临的机会与挑战

第一节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

第二节 “互联网+”精制茶行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节 “互联网+”精制茶行业的改造与重构

一、“互联网+”颠覆以生产企业为主导的传统思维

- 二、“互联网+”改变传统茶叶营销理念和方式
- 三、“互联网+”对传统茶叶销售提出挑战
- 四、“互联网+”对茶叶传统品牌传播渠道和方式提出挑战

第四节 精制茶与互联网融合创新机会孕育

- 一、电商政策变化趋势分析
- 二、电子商务消费环境趋势分析
- 三、互联网技术对行业支撑作用
- 四、电商黄金发展期机遇分析

第十三章 “一带一路”战略下中国精制茶行业发展机遇分析

第一节 “一带一路”主要内容及战略意义

- 一、“一带一路”的主要内容
- 二、“一带一路”的国际背景
- 三、“一带一路”的国内背景
- 四、“一带一路”的战略意义

第二节 “一带一路”下中国精制茶发展面临的挑战

- 一、“一带一路”下茶叶发展现状
- 二、“一带一路”下茶叶进出口形势分析
- 三、“一带一路”精制茶市场需求分析
- 四、“一带一路”精制茶发展现状

第三节 “一带一路”精制茶企业走出去战略分析

- 一、“一带一路”战略提振沿线国家需求
- 二、“一带一路”战略促进中国企业成长
- 三、“一带一路”精制茶企业迎来机遇
- 四、“一带一路”精制茶企业走出去措施

第四节 “一带一路”精制茶行业投资潜力分析

一、“一带一路”精制茶行业投资现状

二、“一带一路”精制茶行业投资规划

三、“一带一路”精制茶行业投资动向

四、“一带一路”精制茶行业投资潜力

第六部分 发展战略研究

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 精制茶行业研究结论及建议

第二节 精制茶子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和精制茶行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：精制茶行业生命周期

图表：精制茶行业产业链结构

图表：2019-2023年全球精制茶行业市场规模

图表：2019-2023年中国精制茶行业市场规模

图表：2019-2023年精制茶行业重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国精制茶市场占全球份额比较

图表：2019-2023年精制茶行业工业总产值

图表：2019-2023年精制茶行业销售收入

图表：2019-2023年精制茶行业利润总额

图表：2019-2023年精制茶行业竞争力分析

图表：2019-2023年精制茶市场价格走势

图表：2019-2023年精制茶行业主营业务收入

图表：2019-2023年精制茶行业产能分析

图表：2019-2023年精制茶行业产量分析

图表：2019-2023年精制茶行业进口数据

图表：2019-2023年精制茶行业出口数据

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/20210709/217631.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)