



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国保健茶行业市场运行态势及投资策略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国保健茶行业市场运行态势及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/247823.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 保健茶产业相关概述

第一节 保健茶基础阐述

一、保健茶特点

二、保健茶配方及成份

三、保健茶功效

第二节 保健茶类别划分标准及类别

一、综合茶

二、减肥茶

三、解酒茶

四、明目健脑茶

五、润肠茶

六、降三高茶

七、助眠安神茶

八、美肤茶

九、排毒养颜茶

十、清除尼古丁茶

十一、补肾壮阳茶

十二、中岳仙茶助眠

第二章 2013-2014年国内外茶产业运营态势分析

第一节 国际茶叶市场运营总况

一、世界茶叶种植概况

二、世界茶叶市场产销情况分析

三、国际茶叶政策及标准状况对产业影响

四、国际市场茶叶消费状况

四、世界茶叶市场竞争也日益尖锐

五、世界茶叶新的经营方式分析

六、世界茶叶市场价格监测

七、世界茶叶贸易市场分析

八、世界茶叶市场预测

第二节 2013-2014年中国茶产业运行现状综述

- 一、中国茶产业进入发展新阶段
- 二、中国茶园种植规模及分布
- 三、我国茶叶需从名茶走向品牌
- 四、我国茶业连锁模式分析
- 五、中国茶叶行业对科技的需求分析
- 六、茶叶产业水平及茶叶质量控制研究取得突破
- 七、我国茶企品牌探索

第三节 2013-2014年中国茶叶市场分析

- 一、中国茶产量分析
- 二、中国茶叶消费状况
- 三、国内外市场需求稳定增长
- 四、中国茶进出口贸易分析

第三章 2013-2014年世界保健茶行业整体运营状况分析

第一节 2013-2014年世界保健茶运行环境浅析

第二节 2013-2014年世界保健茶行业市场发展格局

- 一、世界保健茶市场特征分析
- 二、国外流行的保健茶解析
- 三、世界保健茶市场动态分析
- 四、日本复合保健茶开发技术

第三节 2013-2014年世界保健茶品牌主要国家分析

- 一、美国保健茶产业投资运行分析
- 二、风靡日本的保健茶产业探析

第四节 2015-2020年世界保健茶行业发展趋势分析

第四章 2013-2014年中国保健茶行业市场发展环境解析

第一节 2013-2014年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、社会消费品零售总额

八、对外贸易&进出口

第二节2013-2014年中国保健茶市场政策环境分析

一、七大措施搞活流通扩大消费政策解析

二、茶叶执行新国标

三、保健茶标准

四、进出口贸易政策

第三节2013-2014年中国保健茶市场社会环境分析

一、人们健康意识增强

二、消费观念

三、茶饮料市场迅速扩大

四、人口环境分析

五、文化环境分析

六、生态环境分析

第五章 2007-2014年中国保健茶加工行业数据监测分析

第一节 2007-2014年中国保健茶加工行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2014年中国保健茶加工行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2007-2014年中国保健茶加工行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2007-2014年中国保健茶加工行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2007-2014年中国保健茶加工行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第六章 2007-2014年中国精制茶产量数据统计分析

第一节 2007-2014年中国精制茶产量数据分析

一、2007-2014年精制茶产量数据分析

二、2007-2014年精制茶重点省市数据分析

第二节 2014年中国精制茶产量数据分析

一、2014年全国精制茶产量数据分析

二、2014年精制茶重点省市数据分析

第三节 2014年中国精制茶产量增长性分析

一、产量增长

二、集中度变化

第七章 2013-2014年中国保健茶市场运行走势分析

第一节 2013-2014年中国保健茶市场运行特点分析

一、保健茶产品的多样性

二、保健茶价格的模糊性

三、市场通路的波动性

四、保健茶品牌的可塑性

五、包装茶的盈利性

第二节 2013-2014年中国保健茶市场热点资讯

一、碧生源保健茶将采用IMA最新技术

二、“穆迪”保健茶欲进军中亚

三、黑毛茶类高档保健茶项目

四、500吨中草药中间体提取物和100吨保健茶项目

第三节 2013-2014年中国保健茶市场运行状况透析

一、中药保健茶销量好

二、保健茶市场供需分析

三、各功效保健茶市场关注情况分析

四、保健茶市场消费群分析

第四节 2013-2014年中国保健茶热点品种销售情况分析

一、罗布麻茶

二、银杏茶

三、灵芝茶

四、冬凌草速溶茶

五、冬虫夏草速溶茶

第五节 2013-2014年中国保健茶价格分析

一、不同级别保健茶价格对比分析

二、不同地区保健茶市场价格对比分析

三、影响保健茶市场价格的因素分析

第八章 2013-2014年中国保健茶细分市场运行状况探析

第一节 综合茶（润肠舒胃、排毒养颜、消炎）

一、主要成份构成

二、特性及生产工艺

三、市场动态分析

第二节 减肥茶

一、减肥茶整体现状分析

二、减肥茶市场存在的主要问题

三、减肥茶市场潜力分析

第三节 解酒茶

第四节 明目健脑防辐射茶

第五节 润肠茶

第六节 降三高茶

第七节 助眠安神茶

第八节 美肤茶

第九节 排毒养颜茶

第十节 其它

一、清除尼古丁去焦油茶

二、补肾壮阳茶

第九章 2013-2014年中国保健茶市场销售策略分析

第一节 2013-2014年中国保健茶市场背景透析

一、广告之"殇"：一个产品两份说明书

二、市场之"忧"：盲目跟风 哄抬价格

三、发展之"路"：增加科技含量 规范发展

第二节 2013-2014年中国保健茶市场营销渠道分析

- 一、中国四代营销模式对比分析
- 二、依托网络打造保健茶营销新模式
- 三、会议营销

第三节 2013-2014年中国保健茶市场营销案例解析

- 一、碧生源肠润茶、减肥茶
- 二、王老吉的品牌营销
- 三、大印象减肥茶案例分析

第四节 2013-2014年中国保健茶市场策略分析

- 一、产品策略（功效、包装）：
- 二、产品定位策略
 - 1、产品价格策略
 - 2、产品渠道策略
- 三、产品传播策略
 - 1、传播理念
 - 2、传播方式
- 五、产品促销策略

第五节 中国保健茶营销方案策划

第十章 2013-2014年中国保健茶市场竞争格局透析

第一节 2013-2014年中国保健茶市场竞争现状综述

- 一、保健茶功效竞争
- 二、保健茶价格分析
- 三、营销方式竞争力体现

第二节 2013-2014年中国保健茶行业集中度分析

- 一、区域集中度分析
- 二、市场集中度分析

第三节 2015-2020年中国保健茶行业竞争趋势分析

第十一章 2013-2014年中国保健茶重点企业竞争力及关键性数据分析

第一节 山东省济正保健品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 安徽天方茶业（集团）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 太平健康品汕头有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 北京市天龙保健茶有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 北京绿山九保健茶有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 北京新天龙保健茶英山有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十二章 2013-2014年中国保健茶主要原料市场分析

第一节 绿茶

一、绿茶市场特点

二、绿茶市场消费情况

三、绿茶市场供需分析

四、市场价格监测

五、绿茶进出口贸易数据分析

第二节 红茶

一、红茶市场特点

二、红茶市场消费情况

三、红茶市场供需分析

四、市场价格监测

五、红茶进出口贸易数据分析

第三节 乌龙茶

一、乌龙茶市场特点

二、乌龙茶市场消费情况

三、乌龙茶市场供需分析

四、市场价格监测

五、乌龙茶进出口贸易数据分析

第十三章 2015-2020年中国保健茶行业发展趋势与前景展望

第一节 2015-2020年中国保健茶行业发展前景分析

一、中国保健茶市场前景分析

二、中草药保健茶前景广阔

第二节 2015-2020年中国保健茶行业发展趋势分析

一、中国茶叶发展走势分析

二、新型保健茶消费趋势探析

第三节2015-2020年中国保健茶行业市场预测分析

第四节 2015-2020年中国保健茶市场盈利预测分析

第十四章 2015-2020年中国保健茶行业投资战略研究

第一节2015-2020年中国保健茶行业投资机会分析

一、保健茶市场规模庞大吸引投资者关注

二、保健茶产业链投资热点分析

第二节2015-2020年中国保健茶行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场运营机制风险

四、进退入风险

第三节 专家投资建议

图表目录：

图表：2005-2014年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2014年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2014年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2014年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2013中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010.12-2014.9年我国工业增加值增速统计

图表：2005-2014年我国全社会固定资产投资额走势图（2014年不含农户）

图表：2005-2014年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：2005-2014年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2014年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2014年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2007-2014年我国保健茶加工行业企业数量增长趋势图

图表：2007-2014年我国保健茶加工行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2007-2014年我国保健茶加工行业从业人数增长趋势图

图表：2007-2014年我国保健茶加工行业资产规模增长趋势图

图表：2014年我国保健茶加工行业不同类型企业数量分布图

图表：2014年我国保健茶加工行业不同所有制企业数量分布图

图表：2014年我国保健茶加工行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2014年我国保健茶加工行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2007-2014年我国保健茶加工行业产成品增长趋势图

图表：2007-2014年我国保健茶加工行业工业销售产值增长趋势图

图表：2007-2014年我国保健茶加工行业出口交货值增长趋势图

图表：2007-2014年我国保健茶加工行业销售成本增长趋势图

图表：2007-2014年我国保健茶加工行业费用使用统计图

图表：2007-2014年我国保健茶加工行业主要盈利指标统计图

图表：2007-2014年我国保健茶加工行业主要盈利指标增长趋势图

图表：2007-2014年我国精制茶产量变化图 单位：平方米

图表：2009-2014年我国精制茶重点省市产量对比图 单位：平方米

图表：2014年我国精制茶产量和2013年同期对比图 单位：平方米

图表：2014年我国精制茶产量前5位省市对比图 单位：平方米

图表：2014年我国精制茶前5位省市产量比例图

图表：2014年我国精制茶重点省市产量及增长率统计表 单位：平方米

图表：2014年我国精制茶产量增长率排名前5位省市对比图 单位：平方米

图表：2014年我国精制茶主要省份产量比重统计表 单位：平方米

图表：2014年我国精制茶市场集中度和2013年同期对比图

图表：山东省济正保健品有限公司主要经济指标走势图

图表：山东省济正保健品有限公司经营收入走势图

图表：山东省济正保健品有限公司盈利指标走势图

图表：山东省济正保健品有限公司负债情况图

图表：山东省济正保健品有限公司负债指标走势图

图表：山东省济正保健品有限公司运营能力指标走势图

图表：山东省济正保健品有限公司成长能力指标走势图

图表：安徽天方茶业（集团）有限公司主要经济指标走势图

图表：安徽天方茶业（集团）有限公司经营收入走势图

图表：安徽天方茶业（集团）有限公司盈利指标走势图

图表：安徽天方茶业（集团）有限公司负债情况图

图表：安徽天方茶业（集团）有限公司负债指标走势图

图表：安徽天方茶业（集团）有限公司运营能力指标走势图

图表：安徽天方茶业（集团）有限公司成长能力指标走势图

图表：太平健康品汕头有限公司主要经济指标走势图

图表：太平健康品汕头有限公司经营收入走势图

图表：太平健康品汕头有限公司盈利指标走势图

图表：太平健康品汕头有限公司负债情况图

图表：太平健康品汕头有限公司负债指标走势图

图表：太平健康品汕头有限公司运营能力指标走势图

图表：太平健康品汕头有限公司成长能力指标走势图

图表：北京市天龙保健茶有限公司主要经济指标走势图

图表：北京市天龙保健茶有限公司经营收入走势图

图表：北京市天龙保健茶有限公司盈利指标走势图

图表：北京市天龙保健茶有限公司负债情况图

图表：北京市天龙保健茶有限公司负债指标走势图

图表：北京市天龙保健茶有限公司运营能力指标走势图

图表：北京市天龙保健茶有限公司成长能力指标走势图

图表：北京绿山九保健茶有限公司主要经济指标走势图

图表：北京绿山九保健茶有限公司经营收入走势图

图表：北京绿山九保健茶有限公司盈利指标走势图

图表：北京绿山九保健茶有限公司负债情况图

图表：北京绿山九保健茶有限公司负债指标走势图

图表：北京绿山九保健茶有限公司运营能力指标走势图

图表：北京绿山九保健茶有限公司成长能力指标走势图

图表：北京新天龙保健茶英山有限公司主要经济指标走势图

图表：北京新天龙保健茶英山有限公司经营收入走势图

图表：北京新天龙保健茶英山有限公司盈利指标走势图

图表：北京新天龙保健茶英山有限公司负债情况图

图表：北京新天龙保健茶英山有限公司负债指标走势图

图表：北京新天龙保健茶英山有限公司运营能力指标走势图

图表：北京新天龙保健茶英山有限公司成长能力指标走势图

图表：2015-2020年中国保健茶行业市场预测分析

图表：2015-2020年中国保健茶市场盈利预测分析

图表：略

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/247823.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。