



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国杜仲茶市场评 估及投资前景预测报告

## 一、调研说明

《2015-2020年中国杜仲茶市场评估及投资前景预测报告》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/249417.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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014年杜仲茶行业经济运行分析	112
一、2013-2014年杜仲茶行业产值分析	112
二、2013-2014年杜仲茶行业效益分析	112
三、2013-2014年杜仲茶行业进口分析	113
四、2013-2014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、2014年杜仲茶市场分析 113

##### 二、2014年杜仲茶市场变化分析 114

##### 三、2015-2020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、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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014年杜仲茶行业总体规模分析	158
一、2013-2014年杜仲茶企业数量结构分析	158
二、2013-2014年杜仲茶行业生产规模分析	159
第二节 2013-2014年杜仲茶行业产销分析	159
一、2013-2014年杜仲茶行业产成品情况总体分析	159
二、2013-2014年杜仲茶行业产品销售收入总体分析	160
第三节 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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、2014年杜仲茶市场运行分析	165
二、2014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 2013-2014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 2013-2014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、2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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、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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2015-2020年杜仲茶市场前景分析 221

###### 一、2015-2020年杜仲茶市场发展潜力分析 221

###### 二、2015-2020年杜仲茶市场前景分析 222

##### 第二节 2015-2020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 杜仲茶市场发展预测 228

###### 一、2015-2020年杜仲茶市场供给预测 228

###### 二、2015-2020年杜仲茶市场销量预测 228

###### 三、2015-2020年杜仲茶市场规模预测 229

##### 第二节 2015-2020年杜仲茶市场发展趋势 229

###### 一、2015-2020年杜仲茶行业发展趋势 229

###### 二、2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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、杜仲茶市场投资分析 241

## 第三节 2015-2020年杜仲茶行业投资风险分析 242

### 一、2015-2020年杜仲茶行业市场风险预测 242

### 二、2015-2020年杜仲茶行业政策风险预测 245

### 三、2015-2020年杜仲茶行业经营风险预测 246

### 四、2015-2020年杜仲茶行业竞争风险预测 247

### 五、2015-2020年杜仲茶行业其他风险预测 247

## 第四节 2015-2020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、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

附录： 292

附录一：各省杜仲种植面积 292

附录二：2012-2013年度淘宝网热卖茶叶分析 293

附录三：中国保健饮品营销策略十大批判 297

图表目录：

图表：杜仲茶产业链分析 5

图表：2008-2013年中国国内生产总值增长速度 6

图表：2014年中国国内生产总值 7

图表：2014年季度国内生产总值环比增长速度 7

图表：2006-2013年中国国内生产总值（GDP）分产业走势分析 8

图表：2006-2013中国国内生产总值季度分析（1） 8

图表：2006-2013中国国内生产总值季度分析（2） 8

图表：2006-2013中国国内生产总值季度分析（3） 8

图表：2006-2013中国国内生产总值季度分析（4） 9

图表：2006-2013中国国内生产总值季度分析（5） 9

图表：2006-2013中国国内生产总值季度分析（6） 9

图表：2006-2013中国国内生产总值季度分析（7） 9

图表：2006-2013中国国内生产总值季度分析（8） 10

图表：2006-2013中国国内生产总值季度分析（9） 10

图表：2013-2014年居民消费价格同比上涨情况 15

图表：2010-2013年中国CPI、PPI涨幅走势图 16

图表：2013-2014年全国、城市、农村月CPI（1） 16

图表：2013-2014年全国、城市、农村月CPI（2） 16

图表：2013-2014年全国、城市、农村月CPI（3） 16

图表：2013-2014年全国、城市、农村月CPI（4） 17

图表：2013-2014年全国、城市、农村月CPI（5） 17

图表：2013-2014年全国、城市、农村月CPI（6） 17

图表：2013-2014年全国、城市、农村月CPI（7） 17

图表：2013-2014年全国、城市、农村月CPI（8） 17

图表：2008-2013年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 18

图表：2008-2013年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 19

图表：2013-2014年规模以上工业增加值增速情况 20

图表：2013-2014年固定资产投资同比增速情况 22

图表：2013-2014年房地产开发投资同比增速情况 22

图表：2013-2014年中国存款准备金率调整情况 23

图表：2008-2013年中国历次贷款利率变动情况 24

图表：2008-2013年中国历次存款利率变动情况 24

图表：茶饮料理化指标 27

图表：茶饮料微生物指标 27

图表：保健茶出口检验标准中理化指标 32

图表：保健茶出口检验标准中微生物指标 32

图表：保健茶出口检验标准中批量定量包装净含量允许负偏差 36

图表：保健茶出口检验标准中销售包装净含量允许负偏差 36

图表：杜仲茶理化指标 48

图表：2014年年末人口数及其构成 51

图表：2008-2013年学校招生人数 52

图表：杜仲茶产品开发分类 95

图表：2014年精制茶产量全国合计 96

图表：2014年精制茶产量河北统计 96

图表：2014年精制茶产量山西统计 96

图表：2014年精制茶产量辽宁统计 96

图表：2014年精制茶产量黑龙江统计 96

图表：2014年精制茶产量上海统计 96

图表：2014年精制茶产量江苏统计 97

图表：2014年精制茶产量浙江统计 97

图表：2014年精制茶产量安徽统计 97

图表：2014年精制茶产量江西统计 97

图表：2014年精制茶产量山东统计 97

图表：2014年精制茶产量河南统计 97

图表：2014年精制茶产量湖北统计 97

图表：2014年精制茶产量湖南统计 98

图表：2014年精制茶产量广东统计 98

图表：2014年精制茶产量广西统计 98

图表：2014年精制茶产量海南统计 98

图表：2014年精制茶产量重庆统计 98

图表：2014年精制茶产量四川统计 98

图表：2014年精制茶产量贵州统计 98

图表：2014年精制茶产量云南统计 99

图表：2014年精制茶产量陕西统计 99

图表：2013-2014年杜仲茶行业工业产值分析 112

图表：2013-2014年杜仲茶行业利润总额分析 112

图表：2013-2014年杜仲茶市场销售收入分析 113

图表：2013-2014年杜仲茶关注群体年龄结构分析 119

图表：2013-2014年杜仲茶关注群体学历结构分析 119

图表：2013-2014年杜仲茶关注群体职业结构分析 120

图表：2013-2014年杜仲茶关注群体收入结构分析 120

图表：消费者对杜仲茶功能种类的选择率调查 121

图表：消费者对杜仲茶品牌的选择率调查 121

图表：消费者对杜仲茶消费满意度调查 122

图表：消费者对茶叶品牌注重度调查 123

图表：消费者了解茶叶媒介方式调查 123

图表：2013-2014年杜仲茶加工企业数量结构按规模分析 158

图表：2013-2014年杜仲茶行业生产规模分析 159

图表：2013-2014年杜仲茶行业产成品产值分析 159

图表：2013-2014年杜仲茶行业产品销售收入总体分析 160

图表：2013-2014年杜仲茶行业销售利润率分析 160

图表：2013-2014年杜仲茶行业成本费用利润率分析 161

图表：2013-2014年杜仲茶行业亏损面分析 161

图表：2013-2014年杜仲茶行业资产负债率分析 162

图表：2013-2014年杜仲茶行业利息保障倍数分析 162

图表：2013-2014年杜仲茶行业应收账款周转率分析 163

图表：2013-2014年杜仲茶行业总资产周转率分析 163

图表：2013-2014年杜仲茶行业总资产增长率分析 164

图表：2013-2014年杜仲茶行业利润总额增长率 164

图表：2013-2014年杜仲茶行业主营业务收入增长率 165

图表：中国保健饮品行业周期示意图 171

图表：2013-2014年杜仲茶行业工业产值分析 176

图表：2013-2014年杜仲茶行业需求分析 177

图表：2013-2014年杜仲茶产能分析 193

图表：2013-2014年杜仲种植面积分析 193

图表：2013-2014年杜仲茶出口数量分析 197

图表：2013-2014年杜仲茶出口金额分析 197

图表：2015-2020年杜仲茶产能预测 228

图表：2015-2020年杜仲茶销量预测 228

图表：2015-2020年杜仲茶市场规模预测 229

图表：2013年主要杜仲茶品牌情况 272

图表：各省杜仲种植面积 292

图表：2014年1-9月淘宝网春茶搜索指数分析 293

图表：2014年度淘宝网热卖茶叶排行榜 294

图表：2014年淘宝网购春茶各年龄段占比 295

图表：2014年淘宝网购春茶性别占比 295

图表：2014年淘宝网购春茶地域占比 296

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/249417.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](http://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。