

2017-2022年中国保健茶行业市场运行态势与投资 策略咨询研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国保健茶行业市场运行态势与投资策略咨询研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/288443.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

第一部分 市场竞争格局

第一章 保健茶行业相关概述 1

第一节 保健茶行业定义 1

第二节 保健茶特点及成分 6

第三节 保健茶功效 7

第二章 中国保健茶行业运行环境分析 10

第一节 2014-2016年中国经济环境分析 10

一、国民经济运行情况 10

二、消费价格指数CPI、PPI 13

三、全国居民收入情况 19

四、恩格尔系数 24

五、工业发展形势 26

六、固定资产投资情况 31

七、中国汇率调整 41

八、对外贸易&进出口 45

第二节 2014-2016年中国保健茶行业政策环境分析 46

一、保健茶行业标准 46

二、保健茶行业相关政策 50

三、保健茶政策 64

第三节 2014-2016年中国保健茶行业社会环境分析 65

一、人口环境分析 65

二、教育环境分析 66

三、文化环境分析 67

四、生态环境分析 68

五、中国城镇化率 69

六、居民的各种消费观念和习惯 72

第三章 中国保健茶消费市场分析 77

第一节 2014-2016年保健茶消费者特征分析 77

一、人口结构分析 77

二、年龄结构分析 78

三、学历结构分析 80

四、职业结构分析 81

五、收入结构分析 85

第二节 2014-2016年保健茶消费者对保健茶选择的调查 86

一、消费者对保健茶种类的选择率调查 86

二、消费者对保健茶品牌选择的调查 88

三、消费者对保健茶消费满意度调查 96

第三节 2014-2016年保健茶行业影响消费者选购因素分析 98

一、价格因素 98

二、质量因素 98

三、品牌的影响 101

四、广告的影响程度 102

第四章 中国保健茶行业市场营销战略分析 103

第一节 保健茶企业营销分析 103

一、保健茶市场营销现状 103

二、保健茶品牌成功因素分析 104

三、保健茶企业营销战略研究 106

第二节 保健茶营销渠道分析 107

一、保健茶销售渠道构成 107

二、保健茶营销渠道策略分析 108

第三节 保健茶行业营销策略分析 110

第四节 保健茶企业成功营销策略分析 114

一、连锁品牌营销策略分析 114

二、广告营销策略分析 117

三、体育（健康）营销策略分析 118

四、电子商务营销策略分析 122

五、主题营销策略分析 125

六、整体营销策略分析 126

第五章 2014-2016年中国保健茶市场运行走势分析 130

第一节 2014-2016年中国保健茶市场运行特点分析 130

一、保健茶产品的多样性 130

二、保健茶价格的模糊性 130

三、市场通路的波动性 130

四、保健茶品牌的可塑性 131

五、包装茶的盈利性 131

第二节 2014-2016年中国保健茶市场热点资讯 134

一、碧生源保健茶将采用IMA最新技术 134

二、福建御道茶业进军东南亚 135

三、黑毛茶类高档保健茶项目 136

四、500吨中草药中间体提取物和100吨保健茶项目 137

第三节 2014-2016年中国保健茶市场运行状况透析 139

一、中药保健茶销量好 139

二、保健茶市场供需分析 140

三、各功效保健茶市场关注情况分析 141

四、保健茶市场消费群分析 142

第四节 2014-2016年中国保健茶热点品种销售情况分析 143

一、罗布麻茶 143

二、银杏茶 150

三、灵芝茶 151

四、冬凌草速溶茶 153

五、冬虫夏草速溶茶 154

第五节 2014-2016年中国保健茶价格分析 154

一、不同级别保健茶价格对比分析 154

二、不同地区保健茶市场价格对比分析 157

三、影响保健茶市场价格的因素分析 159

第六章 2014-2016年中国保健茶细分市场运行状况探析 161

第一节 综合茶（润肠舒胃、排毒养颜、消炎） 161

一、主要成份构成 161

二、特性及功效 161

三、市场动态分析 162

第二节 减肥茶 162

一、减肥茶整体现状分析 162

二、减肥茶市场存在的主要问题 163

三、减肥茶市场潜力分析 169

第三节 解酒茶 171

第四节 明目健脑防辐射茶 171

第五节 润肠茶 171

第六节 降三高茶 172

第七节 助眠安神茶 172

第八节 美肤茶 173

第九节 排毒养颜茶 177

第十节 其它 178

一、清除尼古丁去焦油茶 178

二、补肾壮阳茶 178

第二部分 行业全景调研

第七章 中国保健茶行业数据监测 179

第一节 2014-2016年保健茶行业总体规模分析 179

一、2014-2016年保健茶企业数量结构分析 179

二、2014-2016年保健茶行业生产规模分析 181

第二节 2014-2016年保健茶行业产销分析 183

一、2014-2016年保健茶行业产成品情况总体分析 183

二、2014-2016年保健茶行业产品销售收入总体分析 185

第三节 2014-2016年保健茶行业盈利能力分析 186

一、保健茶行业销售利润率 186

二、保健茶行业成本费用利用率 186

三、保健茶行业亏损面 187

第四节 2014-2016年保健茶行业偿债能力分析 188

一、保健茶行业资产负债比率 188

二、保健茶行业利息保障倍数 188

第五节 2014-2016年保健茶行业营运能力分析 188

一、保健茶行业应收帐款周转率 188

二、保健茶行业总资产周转率 189

第六节 2014-2016年保健茶行业发展能力分析 190

一、保健茶行业总资产增长率 190

二、保健茶行业利润总额增长率 191

三、保健茶行业主营业务收入增长率 191

四、资本保值增长率 192

第七节 2014-2016年保健茶市场深度调查 192

一、2014-2016年保健茶市场运行分析 192

二、2014-2016年保健茶市场深度调查 193

三、2017-2022年保健茶市场走势分析 193

第八章 2014-2016年世界保健茶行业整体运营状况分析 194

第一节 2014-2016年世界保健茶运行环境浅析 194

第二节 2014-2016年世界保健茶行业市场发展格局 195

一、保健茶市场特征分析 195

二、国外流行的保健茶解析 197

三、世界保健茶市场动态分析 198

四、日本复合保健茶开发技术 200

第三节 2014-2016年世界保健茶品牌主要国家分析 202

一、美国保健茶产业投资运行分析 202

二、风靡日本的保健茶产业探析 203

第九章 中国保健茶行业发展现状分析 206

第一节 2014-2016年保健茶行业发展现状 206

一、保健茶行业发展概况 206

二、保健茶行业生产状况分析 206

第二节 2014-2016年保健茶企业发展分析 207

一、保健茶企业发展动态分析 207

二、保健茶企业发展存在的问题 208

三、保健茶企业战略发展分析 210

1、政策的支持 210

2、企业的多元化 210

3、新的资本注入 211

4、产业的变化 211

5、市场的发展 211

6、茶文化的宣传 212

第三节 2014-2016年保健茶行业经济运行分析 213

一、2014-2016年保健茶行业产值分析 213

二、2014-2016年保健茶行业效益分析 214

三、2014-2016年保健茶行业进口分析 216

四、2014-2016年保健茶行业出口分析 217

第四节 2014-2016年保健茶市场深度调查 218

一、2016年保健茶市场分析 218

二、2016年保健茶市场变化分析 223

三、2017-2022年保健茶市场走势分析 224

第五节 保健茶行业面临的挑战及发展建议 225

一、保健茶行业发展面临的难题 225

二、保健茶行业发展建议 227

第十章 中国保健茶药品行业发展分析 230

第一节 2014-2016年保健茶行业发展现状 230

一、保健茶行业的发展史 230

二、保健茶市场变化分析 235

三、保健茶质量情况分析 236

四、保健茶市场现状分析 238

第二节 2014-2016年保健茶市场供需分析 239

一、保健茶产值分析 239

二、保健茶需求分析 239

三、影响保健茶市场需求的因素 241

1、消费者的区域性差异 242

2、不同城市的保健品购买率 242

3、购买目的与对保健品的看法 242

4、关于保健品购买的相关性 243

第三节 保健茶行业生产分析 243

一、产品及原材料进口、自有比例 243

1、茶叶出口分析 243

2、茶叶进口分析 244

二、国内产品及原材料生产基地分布 245

三、产品及原材料产业集群发展分析 252

四、2014-2016年产品及原材料产能情况分析 257

第十一章 中国保健茶行业发展分析 259

第一节 2014-2016年保健茶市场深度调查 259

一、我国保健茶市场深度调查 259

二、中国保健茶的发展方向分析 261

三、中草药保健茶发展潜力分析 262

第二节 2014-2016年保健茶出口状况分析 262

一、保健茶出口数量及金额分析 262

二、保健茶主要出口市场分析 263

第三节 2014-2016年保健茶行业存在的问题及对策 265

一、保健茶产品问题分析 265

二、保健茶行业存在的问题 266

- 1、茶叶单产低 266
- 2、劳动效率低 266
- 3、组织化程度低 267
- 4、茶叶的标准化程度低 267
- 5、缺乏龙头企业 267

三、艾凯针对保健茶的解难 268

- 1、把握市场热点转换 268
- 2、发展名优茶，兼顾大宗茶 268
- 3、打造茶叶品牌 269
- 4、发展茶产品深加工 270
- 5、关注茶文化产业的发展 270

四、保健茶行业品牌策略分析 271

五、提高保健茶市场竞争力策略分析 272

- 1、政策的支持 272
- 2、企业的多元化 272
- 3、新的资本注入 273
- 4、产业的变化 273
- 5、市场的发展 274
- 6、茶文化的宣传 274

第三部分 行业竞争格局分析

第十二章 中国保健茶行业竞争格局分析 276

第一节 2014-2016年保健茶行业竞争结构分析 276

- 一、保健茶种类品牌竞争 276
- 二、保健茶技术创新竞争 278
- 三、保健茶销售渠道竞争 279

第二节 2014-2016年保健茶区域市场格局分析 279

第十三章 中国保健茶市场竞争分析 280

第一节 2014-2016年保健茶行业集中度分析 280

- 一、保健茶市场集中度分析 280
- 二、保健品区域集中度分析 280
- 三、保健品企业集中度分析 281

第二节 2014-2016年保健茶市场竞争分析 281

- 一、保健茶市场竞争现状分析 281
- 二、保健茶企业竞争动态分析 282
- 三、保健茶行业竞争策略研究 282

第十四章 我国主要保健茶行业重点企业分析 285

第一节 北京新天龙保健茶英山有限公司 285

- 一、企业基本情况 285
- 二、主营业务 286
- 三、企业发展趋势分析 286

第二节 北京绿山九保健茶有限公司 286

- 一、企业基本情况 286
- 二、主营业务 286
- 三、企业竞争优势分析 286

第三节 北京市天龙保健茶有限公司 287

- 一、企业基本情况 287
- 二、企业经营战略 288
- 三、企业创新能力 288

第四节 安徽天方茶业（集团）有限公司 288

- 一、企业基本情况 288
- 二、发展规模分析 289
- 三、企业竞争力分析 289

第五节 山东省济正保健品有限公司 290

- 一、企业基本情况 290
- 二、企业发展经营情况 290
- 三、企业竞争优势分析 290
- 四、企业发展战略 290

第六节 中国茶叶股份有限公司 291

- 一、企业基本情况 291
- 二、经营模式 291
- 三、销售市场 291

第七节 碧生源控股有限公司 292

- 一、企业简介 292
- 二、2014-2016年企业经营情况 298
- 三、2014-2016年公司财务状况 300

第四部分 行业趋势预测

第十五章 中国保健茶行业发展前景分析 301

第一节 2017-2022年保健茶市场发展潜力分析 301

第二节 2017-2022年保健茶产品市场发展前景分析 301

第十六章 中国保健茶行业发展趋势分析 302

第一节 艾凯对保健茶市场发展预测 302

一、2017-2022年保健品市场供给预测 302

二、2017-2022年保健品市场销量预测 302

三、2017-2022年保健品市场规模预测 302

第二节 2017-2022年保健茶市场发展趋势 302

一、2017-2022年保健茶行业发展趋势 302

二、2017-2022年保健茶市场发展趋势 304

1、保健茶发展趋势之产品的发展 304

2、保健茶发展趋势之渠道变化 305

3、保健茶发展趋势之经营管理 305

4、保健茶发展趋势之促销变革 305

第五部分 行业投资战略研究

第十七章 保健茶整体行业发展规划分析 307

第一节 2017-2022年保健茶行业发展规划分析 307

一、保健茶行业发展机会分析 307

二、保健茶市场投资机遇分析 308

三、保健茶行业发展规划分析 312

第二节 2017-2022年保健茶行业投资分析 313

一、保健茶市场投资现状 313

二、保健茶市场投资机会分析 314

三、艾凯对保健茶市场投资分析 315

第三节 2017-2022年保健茶行业投资风险分析 315

一、2017-2022年保健茶行业市场风险预测 315

二、2017-2022年保健茶行业政策风险预测 317

三、2017-2022年保健茶行业经营风险预测 319

四、2017-2022年保健茶行业竞争风险预测 320

五、2017-2022年保健茶行业其他风险预测 320

第四节 2017-2022年保健茶行业投资战略分析 321

- 一、保健茶市场投资策略分析 321
- 二、保健茶细分市场投资策略分析 322
- 三、艾凯对保健茶行业的投资建议 323

第十八章 中国保健茶行业投资方向研究 325

第一节 市场策略分析 325

- 一、保健茶价格策略分析 325
- 二、保健茶渠道策略分析 326

第二节 销售策略分析 326

- 一、媒介选择策略分析 326
- 二、产品定位策略分析 327
- 三、企业宣传策略分析 332

第三节 对我国保健茶品牌的战略思考 337

- 一、企业品牌的重要性分析 337
- 二、保健茶实施品牌战略的意义 338
- 三、保健茶企业品牌的现状分析 339
- 四、我国保健茶企业的品牌战略 341
- 五、保健茶品牌战略管理的策略 342

第四节 保健茶企业经营管理策略 356

- 一、成本控制策略 356
- 二、定价策略 357
- 三、竞争策略 357
- 四、并购重组策略 359
- 五、营销策略 360

图表目录:

- 图表：2006-2016年农村居民人均收入及其增长速度 13
- 图表：2006-2016年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 14
- 图表：2016年全国居民消费价格指数 15
- 图表：2016年居民消费价格分类同比增长 17
- 图表：2016年居民消费价格分类别环比增长 18
- 图表：2016年我国居民消费价格增长 18
- 图表：2016年居民消费价格月度涨跌幅度 20
- 图表：2016年居民消费价格同比涨幅 20
- 图表：2016年城镇单位劳动报酬 23

图表：2016年城镇国有单位劳动报酬 23

图表：2016年城镇集体单位劳动报酬 23

图表：2016年城镇其它单位劳动报酬 24

图表：2016年全国规模以上企业工业生产运行 26

图表：民间固定资产投资和固定资产投资（不含农户）增速情况 31

图表：2016年民间固定资产投资主要数据 32

图表：城镇固定资产投资完成额-按产业 34

图表：城镇固定资产投资完成额-按隶属关系 35

图表：2016年固定资产增速情况（不含农户） 37

图表：固定资产来源增速情况 37

图表：东、中、西部固定资产增速情况 38

图表：投资的四个板块组成图 38

图表：2006-2016年全社会固定资产投资及增长速度 40

图表：受访者人群特征 88

图表：各地购买的首要考虑因素 95

图表：购买的首要考虑因素 95

图表：消费者对保险产品满意度调查 97

图表：消费者对保健品不满意方面的调查 97

图表：2009-2016年茶饮料及其他饮料制造行业企业单位数波动性 179

图表：2009-2016年茶饮料及其他饮料制造行业企业单位数在工业中的排名 179

图表：2016年茶饮料及其他饮料制造行业企业数量机构分析 180

图表：2016年茶饮料及其他饮料制造行业不同规模企业分析 180

图表：2016年茶饮料及其他饮料制造行业企业控股类型 180

图表：2009-2016年茶饮料及其他饮料制造行业资产合计波动性 181

图表：2009-2016年茶饮料及其他饮料制造行业资产合计在工业中的排名 181

图表：2009-2016年茶饮料及其他饮料制造行业地位变化 182

图表：2015-2016年茶饮料及其他饮料制造行业生产规模分析 182

图表：2015年茶饮料与其他饮料制造业产量全国及各省市统计 183

图表：2016年茶饮料与其他饮料制造业产量全国及各省市统计 184

图表：2016年茶饮料及其他饮料制造行业规模以上企业工业销售产值 185

图表：2016年茶饮料制造业工业销售产值及增长率统计 185

图表：2016年茶饮料及其他饮料制造行业规模以上企业工业销售产值 185

图表：2009-2016年茶饮料及其他饮料制造行业销售利润率波动性 186

图表：2015-2016年茶饮料及其他饮料制造行业销售利润率 186

图表：2015-2016年茶饮料及其他饮料制造行业成本费用利用率 186

- 图表：2009-2016年茶饮料及其他饮料制造行业亏损面的波动性 187
- 图表：2009-2016年茶饮料及其他饮料制造行业亏损面在工业中的排名 187
- 图表：2015-2016年茶饮料及其他饮料制造行业亏损面 187
- 图表：2015-2016年茶饮料及其他饮料制造行业资产负债比率 188
- 图表：2015-2016年茶饮料及其他饮料制造行业利息保障倍数 188
- 图表：2015-2016年茶饮料及其他饮料制造行业应收账款周转率 188
- 图表：2015-2016年茶饮料及其他饮料制造行业总资产周转率 189
- 图表：2009-2016年茶饮料及其他饮料制造行业存货周转率在工业中的排名 189
- 图表：2009-2016年茶饮料及其他饮料制造行业存货周转率的波动性 189
- 图表：2009-2016年茶饮料及其他饮料制造行业资产合计增长率波动性 190
- 图表：2009-2016年茶饮料及其他饮料制造行业资产合计增长率在工业中的排名 190
- 图表：2015-2016年茶饮料及其他饮料制造行业总资产增长率 191
- 图表：2015-2016年茶饮料及其他饮料制造行业利润总额增长率 191
- 图表：2009-2016年茶饮料及其他饮料制造行业主营业务收入增长率波动性 191
- 图表：2009-2016年茶饮料及其他饮料制造行业主营业务收入增长率在工业中的排名 192
- 图表：2015年茶饮料及其他饮料制造行业资本保值增长率 192
- 图表：2016年茶饮料及其他饮料制造行业资本保值增长率 192
- 图表：2015年茶饮料及其他饮料制造行业规模以上企业工业总产值 213
- 图表：2016年茶饮料及其他饮料制造行业规模以上企业工业总产值 213
- 图表：2009-2016年茶饮料及其他饮料制造行业营业收入波动性 213
- 图表：2009-2016年茶饮料及其他饮料制造行业利润总额在工业中的排名 214
- 图表：2009-2016年茶饮料及其他饮料制造行业利润总额波动性 214
- 图表：2009-2016年茶饮料及其他饮料制造行业利润总额在工业中的排名 215
- 图表：2009-2016年茶饮料及其他饮料制造行业利润总额增长率波动性 215
- 图表：2016年我国软饮料制造业财务利润统计表 216
- 图表：2016年茶饮料及其他软饮料制造业流动资产合计 216
- 图表：2016年全国主要饮料产品进口金额统计 216
- 图表：2015年全国主要饮料进口数量统计 216
- 图表：2015年全国主要饮料进口数据统计 217
- 图表：2016年全国主要饮料进口数据统计 217
- 图表：2016年全国主要饮料出口数据统计 217
- 图表：2015年茶饮料及其他软饮料制造业出口交货值统计 218
- 图表：2016年茶饮料及其他软饮料制造业出口交货值统计 218
- 图表：对辅食保健品市场的评价 221
- 图表：对辅食保健品市场的评价孩子年龄差异 222

图表：对辅食保健品市场的评价家庭收入差异 222
图表：对辅食保健品市场的评价城市规模差异 223
图表：全国部份城市购买保健品的比例 242
图表：2016年全国主要饮料产品出口金额统计 262
图表：2016年全国主要饮料出口数量统计 262
图表：近年崛起的世界茶叶产量与进口大国 263
图表：近年崛起的世界茶叶产量与进口大国 264
图表：2009-2016年茶饮料及其他饮料制造行业利润总额 280
图表：2009-2016年茶饮料及其他饮料制造行业主营业务收入 280
图表：2009-2016年茶饮料及其他饮料制造行业资产合计 280
图表：北京天龙保健茶英山有限公司详情 285
图表：北京天龙保健茶英山有限公司武汉分公司详情 285
图表：北京天龙保健茶有限公司概况 287
图表：山东省济正保健品有限公司介绍 290
图表：碧生源常润茶产品详细 297
图表：2014-2016年碧生源控股有限公司综合损益表 298
图表：2014-2016年碧生源控股有限公司资产负债率表 299
图表：2014-2016年碧生源控股有限公司资产负债率表 299
图表：2014-2016年碧生源控股有限公司重要财务指标表 300
图表：消费者对保健饮料利益需求示意图 328
图表：市场对保健饮料产品的需求方式 329
图表：保健饮料产品对接市场的利益满足 329
图表：保健饮料传达的概念示意图 330
图表：消费群体对功能饮料产品的需求方式 330
图表：保健饮料终端选项 331
图表：销售网络体现 332
略.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/288443.html>