

中国花茶行业分析与投资前景研究报告（2022-2029年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国花茶行业分析与投资前景研究报告（2022-2029年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202206/600028.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

花茶又名香片，是将植物的花或叶或其果实泡制而成的茶，是中国特有的一类再加工茶。花茶主要以绿茶、红茶或者乌龙茶作为茶坯、配以能够吐香的鲜花作为原料，采用窈制工艺制作而成的茶叶。花茶主要产于福建、江苏、浙江、云南等地。

花茶可以分为花草茶和花果茶，用花或叶制作的为花草茶，在我国市场上的花草茶大约有60~70个品种，其中有60%为野生品种，40%为种植品种，主要有茉莉花茶、玫瑰茶等；而用果实制成的则是花果茶，如无花果茶、罗汉果茶等。

一、花茶行业市场规模现状

目前来看，我国花茶行业市场规模近年来保持稳定增长态势，2020年我国花茶市场规模已经达到128.56亿元，同比增长8.75%。具体如下：

资料来源：观研天下数据中心整理

从市场规模增速来看，我国花茶市场规模增速近年来保持在10%左右，高于GDP增速，表现良好。

资料来源：观研天下数据中心整理

我国花茶行业区域市场规模分布如下，其中，华东地区占比27.5%，华中占比10.8%，华南占比11.8%，华北地区占比15.7%，东北地区占比13.9%，西部地区占比20.3%。

资料来源：观研天下数据中心整理

二、花茶行业供需现状

1、花茶产品供给分析

(2) 产能规模

原材料产量规模

鲜花

得益于我国广阔的国土面积，多种气候类型并存，我国鲜切花类种植规模不断扩大。2010年以来，我国花卉种植规模逐渐扩大，其中鲜切花种植面积也在不断提高。2020年，我国花卉种植面积约150万公顷左右，年销售额达2500多亿元，成为世界最大的花卉生产基地、重要的花卉消费国和花卉进出口贸易国。

资料来源：观研天下数据中心整理

目前我国鲜花产业仍处于世界鲜花产业链的低端。从全行业利润率看，我国虽然是世界鲜花生产面积最大的国家，但从单位面积产量、产值、效益看，都还处于低水平阶段。我国鲜花业仍处于高速低效、数量扩张阶段，鲜花产业的资源优势还未转化为产业优势。随着国内的

集约化、标准化、规范化的鲜花生产规模扩大，低效益的鲜花生产被淘汰，鲜花产量增加，供给增加，市场需求提高。

茶叶

茶叶作为一种天然的健康饮品，具有悠久的消费历史和广大的消费群体。近年来，随着人们生活水平的不断提高，对健康的重视程度日益上升。饮茶作为一种健康的生活习惯，符合现阶段消费者对健康和高品质生活的追求。

茶叶属于天然健康的饮品，在中国具有悠久的饮茶历史。中国是茶叶最大的生产国，茶叶产量是世界第一。2016年以来，中国茶叶产量呈稳定增长趋势，数据显示，我国茶叶产量从2016年的231.33万吨增长至2020年的297万吨，2020年较上年增加19.28万吨，同比增长6.94%。

资料来源：观研天下数据中心整理

从区域划分来看，我国共有华南、西南、江南、江北等四个国家一级茶叶产区。由于在土壤、海拔、水热、植被等方面存在差异，因此四大茶区所产出的茶树、茶叶品质、类型也不同。

我国茶叶行业品牌影响力和集中度均十分低，前四大品牌企业各自市场份额均不超过5%，相比于台湾、英国等地存在巨大差异，我国茶叶产业发展目前总体仍呈现出“小散弱”的格局。随着生活水平的提高，消费升级国内消费者已经由购买非品牌茶叶逐步转向购买品牌茶叶，同时品牌茶叶又可以利用多种渠道快速占领市场，未来品牌茶叶市场份额将会继续提升，茶叶品牌化是未来发展趋势，有望催生大型龙头企业。

花茶产量规模

花茶主要分布在福建、江苏、浙江、广西、四川、安徽、湖南、江西、湖北、云南等地。早在1000多年前，就有上等绿茶中加入一种香料——龙脑香的制法。13世纪已有茉莉茶窰茶的记载，明朝（1592）程荣所著的《茶谱》一书，对花茶的制法有较为详细的叙述：“木樨、茉莉、玫瑰、蔷薇、蕙兰、莲桔、栀子、梅花皆可作茶，诸花开放，摘其半含半放，蕊之香气全者，量其茶叶多少，扎花为拌。三停茶，一停花，用磁罐，一层茶，一层花，相间至满，纸箬扎固入锅，重汤煮之，取出待冷，用纸封裹，置火上焙干收用。”清道光年间，吴人顾禄的《清嘉录》载：“珠兰、茉莉花于薰风欲拂，已毕集于山塘花肆，茶叶铺买以为配茶之用者。……茉莉则去蒂衡值，号为打爪”清雍正元年（1723年），苏州茉莉花茶批量运销东北、华北、西北市场。1851年至1861年的清咸丰年间开始了花茶的大量生产。

中国花茶于1949以后才得到较大的发展，产销量逐年增加，主销东北、华北、山东等地，出口东南亚各国，行销港澳地区。2020年，我国花茶产量达到15.6万吨。

资料来源：观研天下数据中心整理

当前我国花茶产品中，茉莉花茶是最大的市场，无论是产量还是消费量均是占比最高的细分

品类。茉莉花茶又叫茉莉香片，属于花茶，已有1000多年历史，茉莉花茶产于福建省福州市及闽东北地区，其茶香与茉莉花香交互融合，有“窈得茉莉无上味，列作人间第一香”的美誉。2020年，我国茉莉花茶产量约为12.09万吨。

资料来源：观研天下数据中心整理

（2）影响因素分析

市场需求

市场需求是一个供给变动的决定性因素，市场需求的增长能有效刺激行业供给的增长，而市场需求的下降也会使得行业的供给跟随下降。对于花茶行业来说，正是市场需求的不断扩展，新花茶产品需求的不断发现，使得行业对于花茶需求的宽度和深度都在不断增长，刺激了花茶行业的供给不断增长。

农产品生产条件

由于花茶产品普遍是通过某一种农产品生产加工而成，基础农产品的生产决定了花茶产品可生产加工的基准数量，良好的天气地理环境能大大增加花茶产品的原料供应，从而为花茶产业的生产打下坚实的基础。

经销商渠道供应

由于花茶作为农产品加工品，很少有通过直销渠道直接送到消费者手中的，大部分消费者都是通过各类流通渠道，如电商、超市等渠道来购买，发达的流通渠道对于花茶的发展有着重要的促进作用，消费者能感知到花茶产品，也更容易激起自己对于花茶的认知和购买欲望，良好的渠道终端表现也会反过来促进花茶的生产供应。

2、市场需求量

随着我国人民生活水平不断提高，一直以来，我国花茶行业保持着良好的增长趋势，2020年国内花茶市场需求量达到13.63万吨。

资料来源：观研天下数据中心整理

（1）区域市场分布

总体来看，我国花茶消费者多分布在北方地区，古代时期的花茶产业链便是南方生产北方消费，近年来随着人们对于花茶的认知度不断提升，以及南方人口密度的不断上升，花茶消费的区域市场分布更加均匀一些了。

资料来源：观研天下数据中心整理

（2）下游需求构成分析

传统意义上花茶的消费者主要来自于个人消费者，许多流行喝花茶的区域的居民会经常性采购花茶，其地位大抵与柴米油盐酱醋茶相当，需求较为稳定。

近年来，随着各种食品饮料加工业的不断发展，越来越多的花茶被用作饮料当中的原料进行

产品开发，给行业带来新的增长需求；此外，门店茶饮的流行，也给花茶饮品的开发增加了新的增长点。B端的市场需求的不断增加，给花茶行业带来了新的活力，饮料加工业和茶饮行业的市场需求占比逐渐提高。

资料来源：观研天下数据中心整理

（3）消费者偏好调查

根据调研，2020年消费者对花茶行业品牌的首要认知渠道占比如下图所示：

数据来源：观研天下数据中心整理

根据2020年花茶行业品牌偏好调研，在所有调研样本中，张一元被选为第一的偏好品牌比例为25%，为比例最高的品牌，其余品牌被选为偏好品牌第一名的比例如下图：

数据来源：观研天下数据中心整理（WWTQ）

观研报告网发布的《中国花茶行业分析与投资前景研究报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。（YYJ）

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国花茶行业发展概述

第一节 花茶行业发展情况概述

- 一、花茶行业相关定义
- 二、花茶特点分析
- 三、花茶行业基本情况介绍
- 四、花茶行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、花茶行业需求主体分析

第二节 中国花茶行业生命周期分析

- 一、花茶行业生命周期理论概述
- 二、花茶行业所属的生命周期分析

第三节 花茶行业经济指标分析

- 一、花茶行业的赢利性分析
- 二、花茶行业的经济周期分析
- 三、花茶行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球花茶行业市场发展现状分析

第一节 全球花茶行业发展历程回顾

第二节 全球花茶行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲花茶行业地区市场分析

- 一、亚洲花茶行业市场现状分析
- 二、亚洲花茶行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲花茶行业市场前景分析

第四节 北美花茶行业地区市场分析

- 一、北美花茶行业市场现状分析
- 二、北美花茶行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美花茶行业市场前景分析

第五节 欧洲花茶行业地区市场分析

- 一、欧洲花茶行业市场现状分析
- 二、欧洲花茶行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲花茶行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界花茶行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球花茶行业市场规模预测

第三章 中国花茶行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节我国宏观经济环境对花茶行业的影响分析

第三节中国花茶行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对花茶行业的影响分析

第五节中国花茶行业产业社会环境分析

第四章 中国花茶行业运行情况

第一节中国花茶行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节中国花茶行业市场规模分析

- 一、影响中国花茶行业市场规模的因素
- 二、中国花茶行业市场规模
- 三、中国花茶行业市场规模解析

第三节中国花茶行业供应情况分析

- 一、中国花茶行业供应规模
- 二、中国花茶行业供应特点

第四节中国花茶行业需求情况分析

- 一、中国花茶行业需求规模
- 二、中国花茶行业需求特点

第五节中国花茶行业供需平衡分析

第五章 中国花茶行业产业链和细分市场分析

第一节 中国花茶行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、花茶行业产业链图解

第二节 中国花茶行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对花茶行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对花茶行业的影响分析

第三节 我国花茶行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国花茶行业市场竞争分析

第一节 中国花茶行业竞争现状分析

一、中国花茶行业竞争格局分析

二、中国花茶行业主要品牌分析

第二节 中国花茶行业集中度分析

一、中国花茶行业市场集中度影响因素分析

二、中国花茶行业市场集中度分析

第三节 中国花茶行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国花茶行业模型分析

第一节 中国花茶行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国花茶行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国花茶行业SWOT分析结论

第三节中国花茶行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国花茶行业需求特点与动态分析

第一节中国花茶行业市场动态情况

第二节中国花茶行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节花茶行业成本结构分析

第四节花茶行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国花茶行业价格现状分析

第六节中国花茶行业平均价格走势预测

一、中国花茶行业平均价格趋势分析

二、中国花茶行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国花茶行业所属行业运行数据监测

第一节中国花茶行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国花茶行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国花茶行业所属行业财务指标分析

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

第十章 2018-2022年中国花茶行业区域市场现状分析

第一节中国花茶行业区域市场规模分析

一、影响花茶行业区域市场分布的因素

二、中国花茶行业区域市场分布

第二节中国华东地区花茶行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区花茶行业市场分析

(1) 华东地区花茶行业市场规模

(2) 华南地区花茶行业市场现状

(3) 华东地区花茶行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区花茶行业市场分析

(1) 华中地区花茶行业市场规模

(2) 华中地区花茶行业市场现状

(3) 华中地区花茶行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区花茶行业市场分析

- (1) 华南地区花茶行业市场规模
- (2) 华南地区花茶行业市场现状
- (3) 华南地区花茶行业市场规模预测

第五节华北地区花茶行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区花茶行业市场分析

- (1) 华北地区花茶行业市场规模
- (2) 华北地区花茶行业市场现状
- (3) 华北地区花茶行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区花茶行业市场分析

- (1) 东北地区花茶行业市场规模
- (2) 东北地区花茶行业市场现状
- (3) 东北地区花茶行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区花茶行业市场分析

- (1) 西南地区花茶行业市场规模
- (2) 西南地区花茶行业市场现状
- (3) 西南地区花茶行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区花茶行业市场分析

- (1) 西北地区花茶行业市场规模
- (2) 西北地区花茶行业市场现状
- (3) 西北地区花茶行业市场规模预测

第十一章 花茶行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国花茶行业发展前景分析与预测

第一节 中国花茶行业未来发展前景分析

一、花茶行业国内投资环境分析

二、中国花茶行业市场机会分析

三、中国花茶行业投资增速预测

第二节 中国花茶行业未来发展趋势预测

第三节 中国花茶行业规模发展预测

一、中国花茶行业市场规模预测

二、中国花茶行业市场规模增速预测

三、中国花茶行业产值规模预测

四、中国花茶行业产值增速预测

五、中国花茶行业供需情况预测

第四节 中国花茶行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国花茶行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国花茶行业进入壁垒分析

一、花茶行业资金壁垒分析

二、花茶行业技术壁垒分析

三、花茶行业人才壁垒分析

四、花茶行业品牌壁垒分析

五、花茶行业其他壁垒分析

第二节 花茶行业风险分析

一、花茶行业宏观环境风险

二、花茶行业技术风险

三、花茶行业竞争风险

四、花茶行业其他风险

第三节 中国花茶行业存在的问题

第四节 中国花茶行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国花茶行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国花茶行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国花茶行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 花茶行业营销策略分析

一、花茶行业产品策略

二、花茶行业定价策略

三、花茶行业渠道策略

四、花茶行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202206/600028.html>