

2016-2022年中国保健茶市场运营现状及十三五竞争战略分析报告

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《2016-2022年中国保健茶市场运营现状及十三五竞争战略分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/251763251763.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

中国报告网发布的《2016-2022年中国保健茶市场运营现状及十三五竞争战略分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、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。

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统计局规模企业统计数据库及证quan交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告简介

di一部分行业运行现状分析

di一章保健茶行业相关概述

di一节保健茶行业定义

第二节保健茶特点及成分

第三节保健茶功效

第二章中国保健茶行业运行环境分析

di一节2014-2016年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况

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、中国汇率调整

八、对外贸易&进出口

第二节2014-2016年中国保健茶行业政策环境分析

一、保健茶行业标准

二、保健茶行业相关政策

三、保健茶政策

第三节2014-2016年中国保健茶行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第三章中国保健茶消费市场分析

第一节2014-2016年保健茶消费者特征分析

一、人口结构分析

二、年龄结构分析

三、学历结构分析

四、职业结构分析

五、收入结构分析

第二节2014-2016年保健茶消费者对保健茶选择的调查

一、消费者对保健茶种类的选择率调查

二、消费者对保健茶品牌选择的调查

三、消费者对保健茶消费满意度调查

第三节2014-2016年保健茶行业影响消费者选购因素分析

一、价格因素

二、质量因素

三、品牌的影响

四、广告的影响程度

第四章中国保健茶行业市场营销战略分析

第一节保健茶企业营销分析

一、保健茶市场营销现状

二、保健茶品牌成功因素分析

三、保健茶企业营销战略研究

第二节保健茶营销渠道分析

一、保健茶销售渠道构成

二、保健茶营销渠道策略分析

第三节保健茶行业营销策略分析

第四节保健茶企业成功营销策略分析

一、连锁品牌营销策略分析

二、广告营销策略分析

三、体育（健康）营销策略分析

四、电子商务营销策略分析

五、主题营销策略分析

六、整体营销策略分析

第五章2014-2016年中国保健茶市场运行走势分析

第一节2014-2016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2014-2016年中国保健茶市场热点资讯

一、碧生源保健茶将采用imazui新技术

二、福建御道茶业进军东南亚

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2014-2016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2014-2016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2014-2016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

第六章2014-2016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、特性及功效

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

第二部分行业全景调研

第七章中国保健茶行业数据监测

第一节2014-2016年保健茶行业总体规模分析

- 一、2014-2016年保健茶企业数量结构分析
- 二、2014-2016年保健茶行业生产规模分析

第二节2014-2016年保健茶行业产销分析

- 一、2014-2016年保健茶行业产成品情况总体分析
- 二、2014-2016年保健茶行业产品销售收入总体分析

第三节2014-2016年保健茶行业盈利能力分析

- 一、保健茶行业销售利润率
- 二、保健茶行业成本费用利用率
- 三、保健茶行业亏损面

第四节2014-2016年保健茶行业偿债能力分析

- 一、保健茶行业资产负债比率
- 二、保健茶行业利息保障倍数

第五节2014-2016年保健茶行业营运能力分析

- 一、保健茶行业应收帐款周转率
- 二、保健茶行业总资产周转率

第六节2014-2016年保健茶行业发展能力分析

- 一、保健茶行业总资产增长率
- 二、保健茶行业利润总额增长率

三、保健茶行业主营业务收入增长率

四、资本保值增长率

第七节2014-2016年保健茶市场发展分析

一、2016年保健茶市场运行分析

二、2016年保健茶市场发展分析

三、2016年保健茶市场走势分析

第八章2014-2016年世界保健茶行业整体运营状况分析

第一节2014-2016年世界保健茶运行环境浅析

第二节2014-2016年世界保健茶行业市场发展格局

一、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2014-2016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

第九章中国保健茶行业发展现状分析

第一节2014-2016年保健茶行业发展现状

一、保健茶行业发展概况

二、保健茶行业生产状况分析

第二节2014-2016年保健茶企业发展分析

一、保健茶企业发展动态分析

二、保健茶企业发展存在的问题

三、保健茶企业战略发展分析

1、政策的支持

2、企业的多元化

3、新的资本注入

4、产业的变化

5、市场的发展

6、茶文化的宣传

第三节2014-2016年保健茶行业经济运行分析

一、2014-2016年保健茶行业产值分析

二、2014-2016年保健茶行业效益分析

三、2014-2016年保健茶行业进口分析

四、2014-2016年保健茶行业出口分析

第四节2014-2016年保健茶市场发展分析

- 一、2016年保健茶市场分析
- 二、2016年保健茶市场变化分析
- 三、2016-2022年保健茶市场走势分析

第五节保健茶行业面临的挑战及发展建议

- 一、保健茶行业发展面临的难题
- 二、中国报告网研究院：保健茶行业发展建议

第十章中国保健茶药品行业发展分析

第一节2014-2016年保健茶行业发展现状

- 一、保健茶行业的发展史
- 二、保健茶市场变化分析
- 三、保健茶质量情况分析
- 四、保健茶市场现状分析

第二节2014-2016年保健茶市场供需分析

- 一、保健茶产值分析
- 二、保健茶需求分析
- 三、影响保健茶市场需求的因素
 - 1、消费者的区域性差异
 - 2、不同城市的保jian品购买率
 - 3、购买目的与对保jian品的看法
 - 4、关于保jian品购买的相关性

第三节保健茶行业生产分析

- 一、产品及原材料进口、自有比例
 - 1、茶叶出口分析
 - 2、茶叶进口分析
- 二、国内产品及原材料生产基地分布
- 三、产品及原材料产业集---展分析
- 四、2013-2016年产品及原材料产能情况分析

第十一章中国保健茶行业发展分析

第一节2014-2016年保健茶市场发展分析

- 一、我国保健茶市场发展分析
- 二、中国保健茶的发展方向分析
- 三、中草药保健茶发展潜力分析

第二节2014-2016年保健茶出口状况分析

- 一、保健茶出口数量及金额分析

二、保健茶主要出口市场分析

第三节2014-2016年保健茶行业存在的问题及对策

一、保健茶产品问题分析

二、保健茶行业存在的问题

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

三、中国报告网研究院：针对保健茶的解难

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

四、保健茶行业品牌策略分析

五、提高保健茶市场竞争力策略分析

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

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

第一节2014-2016年保健茶行业竞争结构分析

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

第二节2014-2016年保健茶区域市场格局分析

第十三章中国保健茶市场竞争分析

第一节2014-2016年保健茶行业集中度分析

- 一、保健茶市场集中度分析
- 二、保健茶区域集中度分析
- 三、保健茶企业集中度分析

第二节2014-2016年保健茶市场竞争分析

一、保健茶市场竞争现状分析

二、保健茶企业竞争动态分析

三、保健茶行业竞争策略研究

第十四章我国主要保健茶行业重点企业分析

第一节北京新天龙保健茶英山有限公司

一、企业基本情况

二、主营业务

三、企业发展趋势分析

第二节北京绿山九保健茶有限公司

一、企业基本情况

二、主营业务

三、企业竞争优势分析

第三节北京市天龙保健茶有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营战略

三、企业创新能力

第四节安徽天方茶业（集团）有限公司

一、企业基本情况

二、发展规模分析

三、企业竞争力分析

第五节山东省济正保jian品有限公司

一、企业基本情况

二、企业发展经营情况

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略

第六节中国茶叶股份有限公司

一、企业基本情况

二、经营模式

三、销售市场

第七节碧生源控股有限公司

一、企业简介

二、2014-2016年企业经营情况

三、2013-2016年公司财务状况

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

第一节2016-2022年保健茶市场发展潜力分析

第二节2016-2022年保健茶产品市场发展前景分析

第十六章中国保健茶行业发展趋势分析

第一节中国报告网对保健茶市场发展预测

一、2016-2022年保jian品市场供给预测

二、2016-2022年保jian品市场销量预测

三、2016-2022年保jian品市场规模预测

第二节2016-2022年保健茶市场发展趋势

一、2016-2022年保健茶行业发展趋势

二、2016-2022年保健茶市场发展趋势

1、保健茶发展趋势之产品的发展

2、保健茶发展趋势之渠道变化

3、保健茶发展趋势之经营管理

4、保健茶发展趋势之促销变革

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

第一节2016-2022年保健茶行业发展规划分析

一、保健茶行业发展机会分析

二、保健茶市场投资机遇分析

三、保健茶行业发展规划分析

第二节2016-2022年保健茶行业投资分析

一、保健茶市场投资现状

二、保健茶市场投资机会分析

三、对保健茶市场投资分析

第三节2016-2022年保健茶行业投资风险分析

一、2016-2022年保健茶行业市场风险预测

二、2016-2022年保健茶行业政策风险预测

三、2016-2022年保健茶行业经营风险预测

四、2016-2022年保健茶行业竞争风险预测

五、2016-2022年保健茶行业其他风险预测

第四节2016-2022年保健茶行业投资战略分析

一、保健茶市场投资策略分析321 (zyls)

二、保健茶细分市场投资策略分析

三、对保健茶行业的投资建议

第十八章中国保健茶行业发展战略研究

第一节市场策略分析

一、保健茶价格策略分析

二、保健茶渠道策略分析

第二节销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节对我国保健茶品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性分析

二、保健茶实施品牌战略的意义

三、保健茶企业品牌的现状分析

四、我国保健茶企业的品牌战略

五、保健茶品牌战略管理的策略

第四节保健茶企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

图表目录：

图表：2013-2015年农村居民人均收入及其增长速度

图表：2013-2015年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度

图表：2016年1-3月全国居民消费价格指数

图表：2016年3月份居民消费价格分类同比增长

图表：2016年3月份居民消费价格分类别环比增长

图表：2016年1-3月我国居民消费价格增长

图表：2015年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2015年居民消费价格同比涨幅

图表：2016年前1季度城镇单位劳动报酬

图表：2016年前1季度城镇国有单位劳动报酬

图表：2016年前1季度城镇集体单位劳动报酬

图表：2016年前1季度城镇其它单位劳动报酬

图表：2016年3月份全国规模以上企业工业生产运行

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

图表：2016年1-3月民间固定资产投资主要数据

图表：城镇固定资产投资完成额-按产业

图表：城镇固定资产投资完成额-按隶属关系

图表：固定资产来源增速情况

图表：东、中、西部固定资产增速情况

图表：投资的四个板块组成图

图表：2013-2015年全社会固定资产投资及增长速度

图表：受访者人群特征

图表：各地购买的首要考虑因素

图表：购买的首要考虑因素

(GYYS)

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/251763251763.html>