

2018年中国茶叶包装市场分析报告- 行业运营态势与发展趋势预测

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国茶叶包装市场分析报告-行业运营态势与发展趋势预测》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/fangzhi/339777339777.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

一、茶叶包装设计与视觉传播概述

1、茶叶包装设计的实质

茶叶包装作为商品茶叶的一部分，直接影响消费者对茶叶的印象和消费意愿。在以视觉消费文化为主流的今天，茶叶包装已经超越商品容器的功能，传达着消费者的价值取向和消费方式。茶叶包装设计的实质在于将茶叶包装外表形态的立体化，并通过对茶叶包装进行平面化设计，提高茶叶包装的视觉传播效果，促进茶叶的销量。

图表：茶叶包装设计

图表来源：公开资料整理

茶叶包装设计步骤和方法与其它产品包装设计大体相同，都需要经过消费市场调查、包装结构设计、包装材料选择以及对视觉设计元素进行整合。但是，茶叶包装作为商品茶叶的重要组成部分，对包装的视觉传播功能要求更高。

2、茶叶包装设计的视觉传播功能

茶叶包装设计的视觉传播功能主要体现在以下三个方面：其一，茶叶包装设计是将消费者对茶叶的模糊印象进行可视化的过程。消费者购买茶叶主要消费的是茶叶的品味和口感，但感觉无法用具体形态表现。而茶叶包装设计需要将抽象的客户体验可视化，从而将消费者的味觉感受转化为视觉印象进行传播。其二，茶叶包装设计是商品茶叶的艺术化过程。

虽然茶叶是饮品，但茶叶在中国具有悠久的历史，早已成为中华文化的一部分。茶叶包装设计就是运用图形、色彩、造型对商品茶叶进行艺术化加工，在提升产品美感的同时吸引消费者对商品的注意力，以达到视觉传播的效果。其三，茶叶包装设计是茶叶的品牌化过程。一种商品形成自身的独立品牌，商品的包装设计必有其独到之处。茶叶包装设计将茶叶的品牌融入到茶叶的包装当中，使消费者形成固定的品牌印象，调动消费者的视觉感官推动茶叶品牌的传播。

二、茶叶包装在视觉传播中存在的问题

1、茶叶包装设计的“原生态化”流于形式

近些年来，随着我国环境污染问题日益凸显，环境保护、低碳生活、绿色消费等理念愈发深入人心。茶叶包装市场也从以往的高端奢侈路线，向绿色、原生态的亲民风格转变。茶叶包装更多地使用了竹子、木头、树皮、牛皮纸等材料，而包装颜色也主要以绿色为主。但是，这些包装设计虽然名义上是“原生态化”风格，实际上并没有将“原生态化”融入到茶叶的视觉传播当中。消费者在购买茶叶时，不会仅仅因为包装的材质和颜色就认定茶叶本身具有低碳环保的特性。茶叶包装设计者大多忽视了视觉设计元素的搭配协调，没有将包装的造型、色彩、图形等元素协调一致，使得消费者无法从视觉上辨别茶叶是否是原生态茶品。而这样流于形式的“原生态化”并不利于茶叶包装的视觉传播。

2、茶叶包装设计材料及工艺存在缺陷

茶叶包装设计材料及工艺存在缺陷，是影响茶叶包装视觉传播效果的另一问题。多数茶叶包装设计者并没有亲身参与到茶叶包装的工艺流程当中，而是脱离茶叶包装工艺选取茶叶包装材料。例如，许多茶叶在包装时选取竹子、树皮、牛皮纸进行包装，而这些植物纤维和动物纤维中容易携带病菌，并且包装耐磨损性较差。使用这种材料进行茶叶包装经常导致茶叶受潮、染尘、氧化变质。且我国的茶叶包装工艺长期以来未经过升级改良，这使得茶叶包装乡土气息过重，给消费者造成了视觉疲劳。因此，茶叶包装设计材料及工艺存在缺陷，给茶叶包装的视觉传播带来了较大的负面影响。

3、茶叶包装设计缺乏创新性

茶叶包装设计单一普遍缺乏创新性，是我国茶叶包装视觉传播的问题之一。茶叶包装并不只有压缩形态，多数茶叶以散装样式进行包装销售。散装茶叶的造型依赖于包装形状，而散装茶叶的包装却千篇一律，消费者在挑选茶叶时很难通过包装识别辨析茶叶的品味和档次。多数茶叶生产厂家对茶叶产品较为重视，却忽视了茶叶包装的视觉设计。然而，消费者在购买茶叶时并不是通过茶叶的茶品和口感遴选茶叶，恰是包装的视觉效果使得消费者在品尝茶叶之前，便已经对茶叶的品质与档次进行了定位。由此可见，缺乏创新性的茶叶包装设计不仅阻碍了茶叶形成独特的品牌风格，更不利于茶叶包装的视觉传播。

三、影响茶叶包装视觉传播的因素

1、茶叶包装的图形是视觉传播的基础

商品包装的图形生动而鲜明地传达着商品的格调和文化气息，而茶叶包装的图形则是

茶叶包装视觉传播的基础。茶叶包装般采用风景照片或山水图画作为茶叶包装的主要图形。以杭州西湖龙井茶的茶叶包装为例，其选取山水画为茶叶包装的背景图形，并将极具古风的茶具搭配在山水风景当中，这种图形设计给人耳目一新的感觉。而“天堂云雾”茶则选取大别山的景色为主要图形，通过对大别山风景的展示，突出“天堂云雾”茶“山好水好茶叶好”的特点。出色的茶叶包装图形设计能够真实、准确的向消费者展现包装内茶叶的形状、质感，以及茶叶泡开后的汤质与口感。所以，茶叶包装的图形是影响茶叶包装视觉传播的重要因素，也是茶叶包装视觉传播的基础。

2、茶叶包装的色彩是视觉传播的动因

商品包装的色彩是最活跃的影响因素，同时也是茶叶商品包装视觉传播的动因。相关研究表明，人通过视觉观察物体时，在最初的两分钟内，对于色彩的感知占到整体感知的80%，而图形与造型等因素只占到整体感知的20%。由此可见，包装色彩给人的第一印象要远远大于其它因素。因此，茶叶包装的色彩设计直接关系到茶叶包装的视觉传播效果。茶叶包装的用色要视茶叶的价格、档次、种类而定，更需要考虑到消费者的消费习惯和生活习惯。例如，远销阿拉伯地区的茶叶应当以墨绿色和黄色为主，因为这些地区视这些颜色为水源的象征，而水在阿拉伯地区则是富贵的代表。以墨绿色和黄色为茶叶包装的主色调，不仅能博得阿拉伯地区消费者的好感，更能提高茶叶的档次。因此，恰如其分的茶叶包装色彩不仅能够给消费者留下良好的印象，更有利于茶叶包装的视觉传播。

3、茶叶包装的文字是视觉传播的内核

文字作为商品向消费者阐释产品功能与特性的最直接方式，是商品包装的重要因素之一。茶叶包装的文字在视觉传播中起到了塑造茶叶文化内核的作用。茶叶包装中的文字通常由主体文字以及说明文字组成。茶叶包装的主体文字包括茶叶的品牌名称，这部分文字的设计需要达到突出、醒目的效果。而说明性文字则是关于茶叶特性、产地、成分、质量、生产日期的介绍，因此往往以印刷体居多。消费者在被茶叶包装的图形、色彩吸引之后，需要通过阅读茶叶包装上的文字对茶叶进行仔细了解。茶叶包装上的文字如果能够迅速向消费者准确传递茶叶的茶品、口感、质量等重要信息，就能够立即吸引消费者的注意力，并提升茶叶包装的艺术效果。所以，茶叶包装的文字是视觉传播的内核，对茶叶包装的视觉传播效果有着深刻影响。

四、茶叶包装的视觉传播特征的归纳

1、茶叶包装视觉传播的符号化

茶叶包装视觉传播的符号化，是茶叶包装视觉传播的主要特征之一。消费者购买茶叶虽然主要利用茶叶的饮用和药用价值，但是选择何种类型的茶叶则是消费者个人品位与消费取向的体现。茶叶包装的视觉设计通过运用图形、色彩、文字等因素展现茶叶的质量、口感与文化内涵，将抽象的感知符号化。将茶叶的包装符号与消费者的消费取向连接起来，培养茶叶包装符号化消费心理。使得消费者在认同茶叶包装符号的前提下，购买此种包装类型的茶叶。利用好茶叶包装视觉传播符号化的特征，不仅能够使消费者在心理上提升对茶叶的认同感，同时也是茶叶包装生命力延续的关键所在。

2、茶叶包装视觉传播的自然化

茶叶包装视觉传播的自然化，是现今茶叶包装的主要趋势，也是茶叶包装视觉传播的另一重要特征。随着绿色生活、健康生活等概念逐步深入人心，消费者购买茶叶时愈发看重茶叶包装的自然性。不论购买茶叶用于自饮还是作为礼品赠送亲友，越来越多的消费者希望茶叶能够向外界传达出绿色生活、健康生活的价值取向。于是，茶叶包装也随着消费者的消费理念和消费取向进行调整，近些年逐渐呈现出原生态化的特点，而这种茶叶包装在视觉传播中便体现为自然化的特征。茶叶包装的设计者如果能够准确把握茶叶包装视觉传播自然化的特点，不仅能够拉近茶叶与消费者之间的距离，更能够在茶叶市场中传播绿色、健康生活的消费理念，引领茶叶包装的设计潮流。

3、茶叶包装视觉传播的独创化

茶叶包装视觉传播的独创化，是茶叶包装视觉传播的突出特征。虽然茶叶包装设计缺乏创新性是我国茶叶包装存在的主要问题，但是随着越来越多的茶叶生产厂家以及茶叶包装的设计者开始重视茶叶包装的创新性，我国的茶叶包装逐渐呈现出独创化的视觉传播特点。以天福茗茶的黑茶包装为例，我国有非常成熟的竹编、藤编、麻编等原生态材料制作工艺，天福茗茶把这些工艺应用到黑茶包装上，丰富了黑茶的包装形态，提高了包装的工艺水平。而天福茗茶的茶叶包装则成为了其品牌的一部分，消费者在选择购买黑茶时，往往会因为其独特的包装风格吸引了消费者的注意力，而选择购买天福茗茶。由此可见，随着茶叶包装视觉传播独创化特点的不断加深，更多独具匠心的茶叶包装将会出现在茶叶市场中。

五、结语

茶叶包装是茶叶生产销售的关键，而洞悉茶叶包装视觉传播的特点，则是提升茶叶包装档次，促进茶叶销量的关键途径。本文通过对我国茶叶包装设计中存在的“原生态化”流于

形式，材料及工艺存在缺陷，缺乏创新性等问题进行分析，找到了图形、文字、色彩等影响茶叶包装的视觉传播的主要因素。并通过对这些因素进行深入分析，归纳出了茶叶包装的视觉传播具有符号化、自然化、独创化的特点。在对这些特点进行分析的同时，也为我国茶叶包装的设计者和生产厂家提供了可行性建议。

观研天下发布的《2018年中国茶叶包装市场分析报告-行业运营态势与发展趋势预测》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。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。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国茶叶包装行业发展概述

第一节 茶叶包装行业发展情况概述

一、茶叶包装行业相关定义

二、茶叶包装行业基本情况介绍

三、茶叶包装行业发展特点分析

第二节 中国茶叶包装行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、茶叶包装行业产业链条分析

三、中国茶叶包装行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国茶叶包装行业生命周期分析

一、茶叶包装行业生命周期理论概述

二、茶叶包装行业所属的生命周期分析

第四节 茶叶包装行业经济指标分析

一、茶叶包装行业的赢利性分析

二、茶叶包装行业的经济周期分析

三、茶叶包装行业附加值的提升空间分析

第五节 国中茶叶包装行业进入壁垒分析

一、茶叶包装行业资金壁垒分析

二、茶叶包装行业技术壁垒分析

三、茶叶包装行业人才壁垒分析

四、茶叶包装行业品牌壁垒分析

五、茶叶包装行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球茶叶包装行业市场发展现状分析

第一节 全球茶叶包装行业发展历程回顾

第二节 全球茶叶包装行业市场区域分布情况

第三节 亚洲茶叶包装行业地区市场分析

一、亚洲茶叶包装行业市场现状分析

二、亚洲茶叶包装行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲茶叶包装行业市场前景分析

第四节 北美茶叶包装行业地区市场分析

一、北美茶叶包装行业市场现状分析

二、北美茶叶包装行业市场规模与市场需求分析

三、北美茶叶包装行业市场前景分析

第五节 欧盟茶叶包装行业地区市场分析

一、欧盟茶叶包装行业市场现状分析

二、欧盟茶叶包装行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟茶叶包装行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界茶叶包装行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球茶叶包装行业市场规模预测

第三章 中国茶叶包装产业发展环境分析

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、全社会消费品茶叶包装总额

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 中国茶叶包装行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国茶叶包装产业社会环境发展分析

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、消费观念分析

第四章 中国茶叶包装行业运行情况

第一节 中国茶叶包装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 中国茶叶包装行业市场规模分析

第三节 中国茶叶包装行业供应情况分析

第四节 中国茶叶包装行业需求情况分析

第五节 中国茶叶包装行业供需平衡分析

第六节 中国茶叶包装行业发展趋势分析

第五章 中国茶叶包装所属行业运行数据监测

第一节 中国茶叶包装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 中国茶叶包装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 中国茶叶包装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

第六章 2016-2018年中国茶叶包装市场格局分析

第一节 中国茶叶包装行业竞争现状分析

- 一、中国茶叶包装行业竞争情况分析
- 二、中国茶叶包装行业主要品牌分析

第二节 中国茶叶包装行业集中度分析

- 一、中国茶叶包装行业市场集中度分析
- 二、中国茶叶包装行业企业集中度分析

第三节 中国茶叶包装行业存在的问题

第四节 中国茶叶包装行业解决问题的策略分析

第五节 中国茶叶包装行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国茶叶包装行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国茶叶包装行业消费特点

第二节 中国茶叶包装行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 茶叶包装行业成本分析

第四节 茶叶包装行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国茶叶包装行业价格现状分析

第六节 中国茶叶包装行业平均价格走势预测

一、中国茶叶包装行业价格影响因素

二、中国茶叶包装行业平均价格走势预测

三、中国茶叶包装行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国茶叶包装行业区域市场现状分析

第一节 中国茶叶包装行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区茶叶包装市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区茶叶包装市场规模分析

四、华东地区茶叶包装市场规模预测

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、华中地区茶叶包装市场规模分析

四、华中地区茶叶包装市场规模预测

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、华南地区茶叶包装市场规模分析

第九章 2016-2018年中国茶叶包装行业竞争情况

第一节 中国茶叶包装行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国茶叶包装行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国茶叶包装行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 茶叶包装行业企业分析（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、公司优劣势分析

第二节 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、公司优劣势分析

第三节 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、公司优劣势分析

第四节 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、公司优劣势分析

第五节 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、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国茶叶包装行业发展前景分析与预测

第一节中国茶叶包装行业未来发展前景分析

一、茶叶包装行业国内投资环境分析

二、中国茶叶包装行业市场机会分析

三、中国茶叶包装行业投资增速预测

第二节中国茶叶包装行业未来发展趋势预测

第三节中国茶叶包装行业市场发展预测

- 一、中国茶叶包装行业市场规模预测
- 二、中国茶叶包装行业市场规模增速预测
- 三、中国茶叶包装行业产值规模预测
- 四、中国茶叶包装行业产值增速预测
- 五、中国茶叶包装行业供需情况预测

第四节中国茶叶包装行业盈利走势预测

- 一、中国茶叶包装行业毛利润同比增速预测
- 二、中国茶叶包装行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国茶叶包装行业投资风险与营销分析

第一节 茶叶包装行业投资风险分析

- 一、茶叶包装行业政策风险分析
- 二、茶叶包装行业技术风险分析
- 三、茶叶包装行业竞争风险分析
- 四、茶叶包装行业其他风险分析

第二节 茶叶包装行业企业经营发展分析及建议

- 一、茶叶包装行业经营模式
- 二、茶叶包装行业销售模式
- 三、茶叶包装行业创新方向

第三节 茶叶包装行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国茶叶包装行业发展策略及投资建议

第一节 中国茶叶包装行业品牌战略分析

- 一、茶叶包装企业品牌的重要性
- 二、茶叶包装企业实施品牌战略的意义
- 三、茶叶包装企业品牌的现状分析
- 四、茶叶包装企业的品牌战略
- 五、茶叶包装品牌战略管理的策略

第二节中国茶叶包装行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国茶叶包装行业战略综合分析

一、战略综合分析

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国茶叶包装行业发展策略及投资建议

第一节中国茶叶包装行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国茶叶包装行业定价策略分析

第三节中国茶叶包装行业营销渠道策略

一、茶叶包装行业渠道选择策略

二、茶叶包装行业营销策略

第四节中国茶叶包装行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国茶叶包装行业重点投资区域分析

二、中国茶叶包装行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/339777339777.html>