

2015-2020年中国茶叶连锁 行业监测及发展战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2015-2020年中国茶叶连锁行业监测及发展战略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201508/124664.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

茶叶，指茶树的叶子或芽。别名茶、槩（jiǎ），茗，荈（chuǎn）。泛指可用于泡茶的常绿灌木茶树的叶子，以及用这些叶子泡制的饮料，后来引申为所有用植物花、叶、种子、根泡制的草本茶，如“菊花茶”等；用各种药材泡制的“凉茶”等，在中国文学中亦称雷芽。有些国家亦有以水果及香草等其它植物叶而泡出的茶，如“水果茶”。

茶叶源于中国，发现最早人工种植茶叶的遗迹在浙江余姚的田螺山遗址，已有6000多年的历史。饮茶始于中国。叶革质，长圆形或椭圆形，可以用开水直接泡饮，依据品种和制作方式以及产品外形分成六大类。依据季节采制可分为春茶、夏茶、秋茶、冬茶。以各种毛茶或精制茶叶再加工形成再加工茶，包括分为花茶、紧压茶、萃取茶、药用保健茶、含茶饮料等。

茶叶中含有儿茶素、胆甾烯酮、咖啡碱、肌醇、叶酸、泛酸等成分，可以增进人体健康。茶叶饮品-茶被誉为“世界三大饮料之一”。

报告目录：

第1章：中国茶叶连锁经营行业综述

1.1 茶叶连锁经营定位

1.1.1 服务种类定位

1.1.2 文化诉求定位

1.1.3 经营主体定位

1.1.4 目标客户定位

1.2 茶叶店连锁特征分析

1.2.1 行业规模经济特征

1.2.2 行业经营模式特征

1.2.3 行业投资壁垒特征

1.3 行业市场环境分析

1.3.1 行业政策环境分析

（1）行业监管体制

（2）行业政策动向

（3）行业相关标准

（4）行业发展规划

1.3.2 行业经济环境分析

（1）国际宏观经济走势

(2) 国内宏观经济走势

(3) 行业贸易环境分析

1.3.3 行业需求环境分析

(1) 国内外饮茶消费习惯分析

(2) 国内外茶叶消费特征分析

(3) 中国居民收入与支出水平

第2章：中国茶叶细分产品产销需求分析

2.1 中国茶叶加工总体状况

2.1.1 茶叶加工产业发展概况

2.1.2 茶叶加工总产量分析

2.1.3 茶叶加工产品结构分析

2.1.4 茶叶加工企业规模分析

2.1.5 茶叶加工市场竞争格局

(1) 绿茶加工市场竞争格局

(2) 红茶加工市场竞争格局

(3) 乌龙茶加工市场竞争格局

(4) 普洱茶加工市场竞争格局

2.2 中国茶叶出口贸易形势

2.2.1 茶叶出口总量分析

2.2.2 茶叶出口国别分析

2.2.3 茶叶出口地区分析

2.2.4 茶叶国际竞争力分析

2.2.5 茶叶出口前景及建议

2.3 绿茶行业产销需求分析

2.3.1 绿茶加工情况分析

(1) 绿茶加工产量分析

(2) 主要绿茶加工企业分析

2.3.2 绿茶消费情况分析

2.3.3 绿茶出口贸易分析

2.3.4 绿茶价格走势分析

2.3.5 绿茶发展趋势预测

2.4 红茶种植与加工市场分析

2.4.1 红茶加工情况分析

(1) 红茶加工产量分析

(2) 主要红茶加工企业分析

2.4.2 红茶消费情况分析

2.4.3 红茶出口贸易分析

2.4.4 红茶价格走势分析

2.4.5 红茶发展趋势预测

2.5 乌龙茶种植与加工市场分析

2.5.1 乌龙茶加工情况分析

(1) 乌龙茶加工产量分析

(2) 主要乌龙茶加工企业分析

2.5.2 乌龙茶消费情况分析

2.5.3 乌龙茶价格走势分析

2.5.4 乌龙茶出口贸易分析

2.5.5 乌龙茶发展趋势预测

2.6 花茶种植与加工市场分析

2.6.1 花茶加工情况分析

(1) 花茶加工产量分析

(2) 主要花茶加工企业分析

2.6.2 花茶消费情况分析

2.6.3 花茶价格走势分析

2.6.4 花茶出口贸易分析

2.6.5 花茶发展趋势预测

2.7 普洱茶种植与加工市场分析

2.7.1 普洱茶加工情况分析

(1) 普洱茶加工产量分析

(2) 主要普洱茶加工企业分析

2.7.2 普洱茶消费情况分析

2.7.3 普洱茶价格走势分析

2.7.4 普洱茶出口贸易分析

2.7.5 普洱茶发展趋势预测

第3章：中国茶叶连锁经营现状分析

3.1 茶叶连锁经营市场概况

3.1.1 茶叶店连锁经营发展历程

3.1.2 茶叶店连锁行业市场规模

3.1.3 茶叶店连锁市场消费趋势

3.2 茶叶行业主要经营形式

3.2.1 茶叶批发市场经营形式分析

3.2.2 连锁茶叶店经营形式分析

3.2.3 茶叶大卖场经营形式分析

3.2.4 茶餐厅经营形式分析

3.2.5 社区茶叶店经营形式分析

3.3 茶叶连锁经营市场现状

3.3.1 超市及卖场茶叶营销状况

3.3.2 大型连锁茶叶超市营销状况

3.3.3 茶叶连锁专卖店营销状况

3.4 茶叶连锁行业竞争分析

3.4.1 茶叶连锁店面竞争状况

3.4.2 茶叶连锁产品竞争分析

3.4.3 茶叶连锁价格竞争分析

3.4.4 茶叶连锁服务方式分析

3.4.5 茶叶连锁物流方式分析

3.4.6 茶叶连锁营销手段分析

第4章：中国茶叶连锁加盟店实施策划

4.1 茶叶加盟连锁店定位分析

4.1.1 加盟商自我定位分析

4.1.2 目标客户群定位分析

4.1.3 特许加盟要求分析

4.1.4 对总部的认识分析

4.2 茶叶连锁店店址选择分析

4.2.1 依据人气选址建议

4.2.2 依据地段选址建议

4.2.3 依据经营需要选址

4.3 连锁茶叶品牌选择因素分析

4.3.1 茶叶品牌知名度分析

4.3.2 茶叶企业文化分析

4.3.3 加盟总部的经营规划

4.3.4 加盟总部的培训机制

4.3.5 加盟总部的广告投放

4.3.6 连锁品牌的引导服务

4.3.7 加盟品牌的规模控制

4.4 茶叶加盟连锁店经营管理策略

4.4.1 加盟店资金规划建议

4.4.2 加盟店成本控制建议

4.4.3 加盟店管理能力提升建议

4.4.4 加盟店客户关系建立建议

4.4.5 与加盟总部协同建议

第5章：中国茶叶连锁区域格局与市场前景

5.1 北京市茶叶连锁区域格局与市场前景

5.1.1 北京市茶叶连锁消费环境

5.1.2 北京市茶叶市场规模分析

5.1.3 北京市茶叶连锁分布分析

5.1.4 北京市茶叶连锁企业竞争

5.1.5 北京市茶叶连锁经营战略

5.2 上海市茶叶连锁区域格局与市场前景

5.2.1 上海市茶叶连锁消费环境

5.2.2 上海市茶叶市场规模分析

5.2.3 上海市茶叶连锁分布分析

5.2.4 上海市茶叶连锁企业竞争

5.2.5 上海市茶叶连锁经营战略

5.3 成都市茶叶连锁区域格局与市场前景

5.3.1 成都市茶叶连锁消费环境

5.3.2 成都市茶叶市场规模分析

5.3.3 成都市茶叶连锁分布分析

5.3.4 成都市茶叶连锁企业竞争

5.3.5 成都市茶叶连锁经营战略

5.4 广州市茶叶连锁区域格局与市场前景

5.4.1 广州市茶叶连锁消费环境

5.4.2 广州市茶叶市场规模分析

5.4.3 广州市茶叶连锁分布分析

5.4.4 广州市茶叶连锁企业竞争

5.4.5 广州市茶叶连锁经营战略

5.5 武汉市茶叶连锁区域格局与市场前景

5.5.1 武汉市茶叶连锁消费环境

5.5.2 武汉市茶叶市场规模分析

5.5.3 武汉市茶叶连锁分布分析

5.5.4 武汉市茶叶连锁企业竞争

5.5.5 武汉市茶叶连锁经营战略

5.6 杭州市茶叶连锁区域格局与市场前景

5.6.1 杭州市茶叶连锁消费环境

5.6.2 杭州市茶叶市场规模分析

5.6.3 杭州市茶叶连锁分布分析

5.6.4 杭州市茶叶连锁企业竞争

5.6.5 杭州市茶叶连锁经营战略

5.7 南京市茶叶连锁区域格局与市场前景

5.7.1 南京市茶叶连锁消费环境

5.7.2 南京市茶叶市场规模分析

5.7.3 南京市茶叶连锁分布分析

5.7.4 南京市茶叶连锁企业竞争

5.7.5 南京市茶叶连锁经营战略

5.8 厦门市茶叶连锁区域格局与市场前景

5.8.1 厦门市茶叶连锁消费环境

5.8.2 厦门市茶叶市场规模分析

5.8.3 厦门市茶叶连锁分布分析

5.8.4 厦门市茶叶连锁企业竞争

5.8.5 厦门市茶叶连锁经营战略

第6章：中国标杆茶叶连锁企业经营分析

6.1 天福茗茶经营分析

- 6.1.1 企业基本情况分析
- 6.1.2 企业品牌文化分析
- 6.1.3 企业营销网络分析
- 6.1.4 企业主要产品分析
- 6.1.5 企业加盟招商分析
- 6.1.6 企业竞争优势劣势分析
- 6.2 吴裕泰经营分析
 - 6.2.1 企业基本情况分析
 - 6.2.2 企业品牌文化分析
 - 6.2.3 企业营销网络分析
 - 6.2.4 企业主要产品分析
 - 6.2.5 企业加盟招商分析
 - 6.2.6 企业竞争优势劣势分析
- 6.3 张一元经营分析
 - 6.3.1 企业基本情况分析
 - 6.3.2 企业品牌文化分析
 - 6.3.3 企业营销网络分析
 - 6.3.4 企业主要产品分析
 - 6.3.5 企业加盟招商分析
 - 6.3.6 企业竞争优势劣势分析
- 6.4 华茗园经营分析
 - 6.4.1 企业基本情况分析
 - 6.4.2 企业品牌文化分析
 - 6.4.3 企业营销网络分析
 - 6.4.4 企业主要产品分析
 - 6.4.5 企业加盟招商分析
 - 6.4.6 企业竞争优势劣势分析
- 6.5 马茶业经营分析
 - 6.5.1 企业基本情况分析
 - 6.5.2 企业品牌文化分析
 - 6.5.3 企业营销网络分析
 - 6.5.4 企业主要产品分析

- 6.5.5 企业加盟招商分析
- 6.5.6 企业竞争优势劣势分析
- 6.6 龙都茶叶经营分析
 - 6.6.1 企业基本情况分析
 - 6.6.2 企业品牌文化分析
 - 6.6.3 企业营销网络分析
 - 6.6.4 企业主要产品分析
 - 6.6.5 企业加盟招商分析
 - 6.6.6 企业竞争优势劣势分析
- 6.7 天方茶叶经营分析
 - 6.7.1 企业基本情况分析
 - 6.7.2 企业品牌文化分析
 - 6.7.3 企业营销网络分析
 - 6.7.4 企业主要产品分析
 - 6.7.5 企业加盟招商分析
 - 6.7.6 企业竞争优势劣势分析
- 6.8 御茶园经营分析
 - 6.8.1 企业基本情况分析
 - 6.8.2 企业品牌文化分析
 - 6.8.3 企业营销网络分析
 - 6.8.4 企业主要产品分析
 - 6.8.5 企业加盟招商分析
 - 6.8.6 企业竞争优势劣势分析
- 6.9 天月茶经营分析
 - 6.9.1 企业基本情况分析
 - 6.9.2 企业品牌文化分析
 - 6.9.3 企业营销网络分析
 - 6.9.4 企业主要产品分析
 - 6.9.5 企业加盟招商分析
 - 6.9.6 企业竞争优势劣势分析
- 6.10 山国饮艺经营分析
 - 6.10.1 企业基本情况分析

- 6.10.2 企业品牌文化分析
- 6.10.3 企业营销网络分析
- 6.10.4 企业主要产品分析
- 6.10.5 企业加盟招商分析
- 6.10.6 企业竞争优劣势分析
- 6.11 峰茗茶经营分析
 - 6.11.1 企业基本情况分析
 - 6.11.2 企业品牌文化分析
 - 6.11.3 企业营销网络分析
 - 6.11.4 企业主要产品分析
 - 6.11.5 企业加盟招商分析
 - 6.11.6 企业竞争优劣势分析
- 6.12 福音山茗茶经营分析
 - 6.12.1 企业基本情况分析
 - 6.12.2 企业品牌文化分析
 - 6.12.3 企业营销网络分析
 - 6.12.4 企业主要产品分析
 - 6.12.5 企业加盟招商分析
 - 6.12.6 企业竞争优劣势分析
- 6.13 连赞茶业经营分析
 - 6.13.1 企业基本情况分析
 - 6.13.2 企业品牌文化分析
 - 6.13.3 企业营销网络分析
 - 6.13.4 企业主要产品分析
 - 6.13.5 企业加盟招商分析
 - 6.13.6 企业竞争优劣势分析
- 6.14 馥春茶业经营分析
 - 6.14.1 企业基本情况分析
 - 6.14.2 企业品牌文化分析
 - 6.14.3 企业营销网络分析
 - 6.14.4 企业主要产品分析
 - 6.14.5 企业加盟招商分析

6.14.6 企业竞争优劣势分析

6.15 观景茶业经营分析

6.15.1 企业基本情况分析

6.15.2 企业品牌文化分析

6.15.3 企业营销网络分析

6.15.4 企业主要产品分析

6.15.5 企业加盟招商分析

6.15.6 企业竞争优劣势分析

6.16 御品天香经营分析

6.16.1 企业基本情况分析

6.16.2 企业品牌文化分析

6.16.3 企业营销网络分析

6.16.4 企业主要产品分析

6.16.5 企业加盟招商分析

6.16.6 企业竞争优劣势分析

6.17 世界峰茶业经营分析

6.17.1 企业基本情况分析

6.17.2 企业品牌文化分析

6.17.3 企业营销网络分析

6.17.4 企业主要产品分析

6.17.5 企业加盟招商分析

6.17.6 企业竞争优劣势分析

第7章：中国茶叶连锁行业前景与投资规划

7.1 茶叶连锁投资所需条件

7.1.1 茶叶连锁资金需求分析

7.1.2 茶叶连锁品牌形象需求

7.1.3 茶叶连锁试点经营分析

7.1.4 开发茶叶连锁经营体系

7.2 茶叶连锁投资风险分析

7.2.1 茶叶连锁市场风险

7.2.2 茶叶连锁政策风险

7.2.3 加盟总部带来的风险

7.2.4 由经营者带来的风险
7.3 茶叶连锁网络营销分析
7.3.1 茶叶连锁网络营销现状
7.3.2 茶叶连锁网络营销机会
7.3.3 茶叶连锁网络营销趋势
7.3.4 茶叶连锁网络营销建议
7.4 茶叶连锁行业投资策略
7.4.1 复合运营模式策略分析
7.4.2 茶叶连锁品牌实施战略
7.4.3 茶文化建设策略分析

图表目录：

图表1：2008-2015年我国茶叶行业相关政策

图表2：2012-2015年我国茶叶行业新标准

图表3：《全国茶叶重点区域发展规划》（2010-2015年）解读

图表4：2015年中国茶叶出口金额国家分布占比情况（单位：%）

图表5：2006-2015年中国茶叶主要出口国GDP增速情况（单位：%）

图表6：2010-2015年中国茶叶主要出口国茶叶出口金额增速情况（单位：%）

图表7：2005-2015年中国茶叶产量与GDP的增速对比分析（单位：%）

图表8：2005-2015年中国城镇和农村居民人均可支配收入变动图（单位：元）

图表9：2005-2015年中国城镇和农村居民人均可支配收入变动图（单位：元）

图表10：国内茶深加工分析

图表11：2005-2015年全国精制茶产量（单位：万吨）

图表12：2015年百强企业茶叶深加工产品产量分析（单位：吨）

图表13：2010-2015年百强企业深加工产品结构分析（单位：%）

图表14：2010-2015年百强企业深加工产品销售额汇总（单位：万元）

图表15：2008-2015年茶叶出口总量（单位：万吨，亿美元，美元/吨）

图表16：2015年茶叶出口分类统计（单位：亿元，吨）

图表17：2015年茶叶出口国别（单位：吨，万美元，美元/吨，%）

图表18：2015年茶叶出口地区（单位：吨，亿美元，美元/吨，%）

图表19：2009-2015年中国茶叶出口数量占世界比重（单位：%）

图表20：2010-2015年全国百强企业绿茶销售额变化情况（单位：亿元）

图表21：2006-2015年绿茶出口总量分析（单位：万吨，亿美元，美元/千克）

图表22：2010-2015年全国百强企业红茶销售额变化情况（单位：亿元）

图表23：2006-2015年红茶出口总量分析（单位：万吨，万美元，美元/千克）

图表24：2006-2015年乌龙茶出口总量分析（单位：万吨，万美元，美元/千克）

图表25：2010-2015年全国百强企业花茶销售额变化情况（单位：亿元）

图表26：2007-2015年花茶出口总量分析（单位：万吨，万美元，美元/千克）

图表27：2010-2015年全国百强企业普洱茶销售额变化情况（单位：亿元）

图表28：2008-2015年普洱茶出口统计（单位：万吨，万美元，美元/千克）

图表29：2009-2015年国内茶叶连锁店数量增长情况（单位：个，%）

图表30：2013-2015年北京市茶叶行业运营情况（单位：万公顷，万吨，亿元）

图表31：2013-2015年上海市茶叶行业运营情况（单位：万公顷，万吨，亿元）

图表32：2013-2015年成都市茶叶行业运营情况（单位：万公顷，万吨，亿元）

图表33：2013-2015年广州市茶叶行业运营情况（单位：万公顷，万吨，亿元）

图表34：2013-2015年武汉市茶叶行业运营情况（单位：万公顷，万吨，亿元）

图表35：2013-2015年杭州市茶叶行业运营情况（单位：万公顷，万吨，亿元）

图表36：2013-2015年南京市茶叶行业运营情况（单位：万公顷，万吨，亿元）

图表37：2013-2015年厦门市茶叶行业运营情况（单位：万公顷，万吨，亿元）

图表38：天福茗茶营销网络分布情况

图表39：天福茗茶竞争优势

图表40：吴裕泰营销网络分布情况

图表41：吴裕泰竞争优势

图表42：张一元营销网络分布情况

图表43：张一元茶竞争优势

图表44：华茗园营销网络分布情况

图表45：华茗园竞争优势

图表46：八马茶业营销网络分布情况

图表47：八马茶业竞争优势

图表48：龙都茶叶营销网络分布情况

图表49：龙都茶叶竞争优势

图表50：天方茶叶营销网络分布情况

图表51：天方茶叶竞争优势

图表52：御茶园营销网络分布情况

图表53：御茶园竞争优劣势

图表54：天月茶营销网络分布情况

图表55：天月茶竞争优劣势

图表56：山国饮艺营销网络分布情况

图表57：山国饮艺茶竞争优劣势

图表58：九峰茗茶营销网络分布情况

图表59：九峰茗茶竞争优劣势

图表60：福音山营销网络分布情况

图表61：福音山竞争优劣势

图表62：连赞茶业营销网络分布情况

图表63：连赞茶业竞争优劣势

图表64：馥春茶业营销网络分布情况

图表65：馥春茶业竞争优劣势

图表66：观景茶业营销网络分布情况

图表67：观景茶业竞争优劣势

图表68：御品天香营销网络分布情况

图表69：御品天香竞争优劣势

图表70：世界峰茶业营销网络分布情况

图表71：世界峰茶业竞争优劣势

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201508/124664.html>