



(原创)2011年版中国茶叶行业研究报告

版权所有：中企情报 完成日期：2011年07月 ——本报告100%已完成

报告简介：

价格：6500元/套(含电子版、彩色纸制版本以及发票)

规格：PDF格式电子版、A4大小彩色印刷纸质版本

图表：48个 报告页数：150页 报告字数：8.8万字

备注：本报告由深圳市兴信行咨询有限公司原创，并独家销售的最新版本，请谨防假冒和仿冒。

(鉴别方法：1、目录是否标注正文页码；2、图表目录是否编号；3、报告名称标题与内容是否一致；4、10分钟内是否能够提供报告内容节选)

研究方法与数据：本报告根据竞争情报学的理论，运用统计学、产业经济学和市场调查的研究方法，组织行业内专家撰写。全部数据采集于国家统计局、海关总署和行业协会等权威部门，数据截止到2010年12月。

销售电话：010-86453172、86453173（北京 全国客户服务中心）

电子邮件/MSN:cccic@hotmail.com 总部电话：0755-26873472（深圳）

在线客服(点击进入)：[腾讯QQ在线咨询](#) 或者 [微软MSN在线咨询](#)

报告目录(目录每一行后面的数字为页码)

第一章 中国茶叶产业现状分析 5

1.1 中国茶业产业现状 5

1.1.1 中国茶叶生产区域分布 5

1.1.2 中国茶叶产业现状 7

1.2 茶叶行业与市场综述 13

1.2.1 茶叶生产 13

1.2.2 茶叶加工 16

1.2.3 中国茶叶市场分析 21

1.2.4 中国茶业发展面临的问题与挑战 24

1.3 中国茶叶质量安全的现状 29

1.3.1 茶叶中农药残留的现状 29

1.3.2 茶叶重金属含量现状 30

1.3.3 茶叶微生物现状 31

1.3.4 茶叶中的非茶异物(包括磁性物等) 32

1.4 茶叶贸易中的绿色壁垒 32

1.4.1 绿色壁垒 32

1.4.2 茶叶贸易中的绿色壁垒 33

1.4.3 我国茶叶出口遭遇绿色贸易壁垒的原因 34

| | | |
|-------|-------------------|-----|
| 1.4.4 | 我国茶叶出口突破绿色贸易壁垒的对策 | 36 |
| 1.5 | 与世界先进产茶国的差距 | 37 |
| 1.5.1 | 规模小，成本高，技术创新能力弱 | 37 |
| 1.5.2 | 加工工艺和设备落后 | 37 |
| 1.5.3 | 质量监控体系不完善 | 38 |
| 第二章 | 世界茶叶产业研究 | 40 |
| 2.1 | 全球茶叶贸易状况 | 40 |
| 2.1.1 | 全球茶叶产量 | 40 |
| 2.1.2 | 世界各主要区域茶叶的贸易状况 | 41 |
| 2.1.3 | 全球茶叶需求分析 | 43 |
| 2.2 | 世界茶叶发展趋势 | 46 |
| 2.2.1 | 全球茶叶市场发展趋势 | 46 |
| 2.2.2 | 产品结构趋向多样化 | 49 |
| 2.2.3 | 品质不断提高 | 50 |
| 2.2.4 | 深加工技术精化 | 50 |
| 2.2.5 | 向标准化安全化自动化发展 | 51 |
| 2.2.6 | 质量标准及安全体系日趋完善 | 51 |
| 2.2.7 | 强化鼓励和扶植茶叶生产 | 52 |
| 2.2.8 | 有机茶产品受到青睐 | 52 |
| 第三章 | 茶叶产业贸易分析 | 54 |
| 3.1 | 茶叶贸易概述 | 54 |
| 3.1.1 | 世界茶叶贸易概述 | 54 |
| 3.1.2 | 中国茶叶出口贸易概述 | 54 |
| 3.2 | 中国出口茶类结构 | 57 |
| 3.3 | 中国茶叶出口国与地区分析 | 58 |
| 3.4 | 中国茶叶出口价格分析 | 60 |
| 3.5 | 2009年中国茶叶主要省市进出口 | 61 |
| 第四章 | 云南茶叶产业分析 | 63 |
| 4.1 | 云南茶叶发展概述 | 63 |
| 4.2 | 云南茶叶产业优劣势分析 | 77 |
| 4.3 | 产业威胁与机会 | 87 |
| 4.4 | 云南茶叶市场与效益分析 | 91 |
| 第五章 | 德信行企业研究 | 99 |
| 5.1 | 德信行产品概况 | 99 |
| 5.2 | 德信行产品定位分析 | 102 |
| 5.3 | 德信行市场定位分析 | 103 |
| 5.4 | 德信行现行产品竞争战略分析 | 105 |
| 5.5 | 德信行竞争者分析 | 107 |
| 5.6 | 德信行潜在竞争者分析 | 108 |

- 5.7 德信行顾客需求分析 109
- 5.8 德信行供应商分析 114
- 5.9 德信行替代品分析 115
- 5.10 德信行机会与威胁分析 116
- 5.11 德信行茶叶产品外部环境分析 117

第六章 中国茶叶消费分析 120

- 6.1 中国茶叶消费发展趋势 120
 - 6.1.1 茶叶消费数量趋势 120
 - 6.1.2 茶叶消费质量趋势 121
 - 6.1.3 茶叶消费的类型变化趋势 122
 - 6.1.4 茶叶消费的品种变化 124
- 6.2 中国茶叶消费综合分析 126
- 6.3 中国茶叶消费调研样本分析 128
 - 6.3.1 样本情况 128
 - 6.3.2 不同性别和年龄的茶叶消费 129
 - 6.3.3 居民收入的茶叶消费分析 130
 - 6.3.4 样本城市居民茶叶消费分析 131
 - 6.3.5 茶叶消费的购买动机与渠道分析 132
 - 6.3.6 茶馆消费 133
 - 6.3.7 制约茶叶消费的因素分析 133

第七章 主要茶叶企业与品牌分析 135

- 7.1 中国原产地品牌状况分析 135
 - 7.1.1 安溪铁观音 135
 - 7.1.2 碧螺春 137
 - 7.1.3 祁门红茶 138
 - 7.1.4 安吉白茶 140
- 7.2 茶叶知名品牌分析 141
 - 7.2.1 国内外茶叶商业品牌比较 141
 - 7.2.2 联合立华公司 142
 - 7.2.3 京华 143
 - 7.2.4 湖南长沙茶厂 145
 - 7.2.5 宁红集团 146
 - 7.2.6 天福集团 147
 - 7.2.7 印度大吉岭红茶 149

附录赠送：全国约500家茶叶及相关企业情报（年销售额、产品种类及产量、从业人员、企业性质、联系方式、企业简介、商标或品牌、经营项目等）

主要图表目录

- 图1-1 中国四大茶区分布图
- 图1-2 2003-2010年茶叶产量和种植面积(单位：万吨，万公顷)
- 图1-3 1986-2005年中国茶叶总产量（单位：万吨）

图1-4 1986-2005年中国茶园面积(单位:千公顷)

表1-5 1952-2008年中国茶叶产量与年增长率单位:万吨)

表1-6 2000-2007年世界各地茶叶收获面积、总产量与单产

图1-7 2003-2010年绿茶产量(单位:吨)

图1-8 2003-2010年红茶产量(单位:吨)

图1-9 2003-2010年乌龙茶产量(单位:吨)

图1-10 2003-2010年普洱茶产量(单位:万吨)

表1-11 2010年1~12月我国精制茶累计产量及同比增长情况 单位:万吨, %

表1-12 2009年1~12月我国精制茶月度产量及同比增长情况

表1-13 2010年1~12月我国精制茶分地区累计产量及同比增长情况单位:吨, %

图1-14 2003-2010年茶叶内销数量

表1-15 新标准与GB9679-1988标准茶叶中农药残留最大限量的比较

表2-1 世界主要茶叶生产国家茶叶产量(单位:万吨)

表2-2 世界各大洲茶叶生产面积占世界份额

表2-3 1991-2005世界茶叶贸易量单位:千吨

图2-4 1991-2005世界茶叶贸易量变化趋势图

图2-5 2002-2006年世界茶叶主要出口国总额比例图

表2-6 世界各大区域茶叶出口量变化单位:千吨

表2-7 世界各大区域茶叶进口量变化单位:千吨

图2-8 2002-2006年世界茶叶主要进口总额比例图

表2-9 世界各大区域日人均茶叶消费量变化情况 单位:克/人/日

图2-10 1991-2005年世界各地茶叶消费量变化趋势图

表3-1 1980-2005年茶叶出口总量、金额与平均单价

表3-2 2009年中国茶叶出口状况(单位:千克、美元)

表3-3 2009年中国茶叶进口状况(单位:千克、美元)

表3-4 2009年中国出口茶叶前30名(单位:千克、美元、%)

表3-5 2009年中国进口茶叶前30名(单位:千克、美元、%)

表3-6 2003-2009年中国茶叶进出口平均价格(美元/千克)

表3-7 2009年中国茶叶主要省市出口前30名(单位:千克、美元、%)

表3-8 2009年中国茶叶主要省市进口前30名(单位:千克、美元、%)

表6-1 1990-2005我国人均茶叶消费量 单位:kg/年/人

图6-2 我国人均茶叶消费量长期变化趋势图

表6-3 世界人均消费茶叶0.5kg以上的国家或地区(1960-2005年)

表6-4 我国主要茶类内销量比较

表6-5 消费者年龄和性别对茶叶消费量的影响(%)

表6-6 样本城市居民的年龄与茶叶年消费量的相关性分析

表6-7 样本城市居民的性别与茶叶年消费量的相关性分析

表6-8 样本城市不同收入水平与居民的茶叶消费价格

表6-9 样本城市居民的性别与茶叶年消费量的相关性

图6-10 样本城市居民日常消费茶叶情况

表6-11 样本城市居民购买茶叶的渠道与用途

表6-12 样本城市居民对茶馆的评价

表6-13 样本城市居民对茶叶质量的评价

表7-1 国内外茶叶商业品牌比较

图7-2 印度大吉岭徽标

(以上仅为简单目录,欲了解包含页码的详尽目录和摘录,请与我们联系。另外,如需要在以上内容之外新增调研内容,我公司亦可订做,订做费用根据内容多少定价,一般不会超过报告原价,内容较少免费,完成订做项目的时间一般为3-5个工作日)

声明:本《(原创)2011年版中国茶叶行业研究报告》是由深圳市兴信行咨询有限公司原创(非代理或经销,同时也敬请客户进行甄别)。未经我公司书面授权和许可,任何单位和个人不得代理或经销该报告,也不得将该报告目录与介绍在任何媒体发布,否则,我们将依法追究其法律责任。但是,我们欢迎用于非商业用途的转载和推介活动。

附录赠送:全国约500家茶叶及相关企业情报(年销售额、产品种类及产量、从业人员、企业性质、联系方式、企业简介、商标或品牌、经营项目等)

价格:6500元/套(含电子版、彩色纸制版本以及发票)

规格:PDF格式电子版、A4大小彩色印刷纸质版本

图表:48个 报告页数:150页 报告字数:8.8万字

备注:本报告由深圳市兴信行咨询有限公司原创,并独家销售的最新版本,请谨防假冒和仿冒。

(鉴别方法:1、目录是否标注正文页码;2、图表目录是否编号;3、报告名称标题与内容是否一致;4、10分钟内是否能够提供报告内容节选)

销售电话:010-86453172、86453173(北京 全国客户服务中心)

电子邮件/MSN:cccic@hotmail.com 总部电话:0755-26873472(深圳)

购买报告流程

1、选择报告

按本网站首页(左侧中部)报告检索或者本站检索 查询

按本网站首页行业分类 查询

2、咨询或订购报告(欢迎来电获取报告详细目录、内容简介、报告摘录和报价单)

请致电全国客户服务中心(北京):010-86453172、86453173或致电深圳总部:0755-26873472

3、付款方式/银行电汇

开户行:工商银行深圳市分行梅林一村支行

帐号:4000028219200034795

开户名：深圳市兴信行咨询有限公司

4、发货时间

1-2天(定制报告除外)

5、送货方式

电子版报告 (Adobe PDF格式)：

Email发送

纸介版报告 (彩色精美印刷版本)：

国内—中国邮政EMS特快专递

国外—UPS快递

更多产品、市场研究报告请见本站首页搜索栏<http://www.cccic.com>

[返回报告列表](#) | [关于我们](#) | [联系我们](#) | [竞争情报服务](#) | [市场调研](#) | [产品与服务](#) | [建材报告列表](#) | [English Edition](#)

深圳市兴信行咨询有限公司(北京客户服务中心)

地址：北京南三环南方证券大厦534

电话：010-86453172、86453173

传真：010-68244372

全国客户服务中心(北京)：010-86453172、86453173 电子邮件/MSN：cccic@hotmail.com

深圳市兴信行咨询有限公司

地址：深圳南山区沙河西路72号608室

电话：0755-26873472

传真：0755-83144905

Copyright & copy; 2010-2012 www.cccic.com