

# 2020-2026年中国养生茶产 业发展现状与投资潜力分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国养生茶产业发展现状与投资潜力分析报告》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/202005/166288.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

养生茶的范围比较广泛，含茶或以中药，或者以药食同源的原料制成以养生保健为目的的茶，都统称为养生茶。养生茶的生产原则与要求养生茶是具有保健功能的一类食品，而不是治病的药品。生产养生茶必须遵循的一个原则是：只能采用具有保健功能的食品与茶叶拼和，而不能采用药品与茶叶拼和。因此审评养生茶，首先须看其配方是否符合国家标准，再审评其品质。

目前养生茶市场主要涉及三个领域：减肥、润肠及降血脂、血糖和血压领域。市场也已形成了具有实力的品牌，例如碧生源、御生堂、大印象、嘉龙牌等等。市场竞争也相当激烈。养生茶是使以上人群恢复健康，未病调理的最佳最有效途径，属于未雨绸缪的养生方式。因此，市场上对养生茶特别是保健茶的需求一直都是有增无减的。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国养生茶产业发展现状与投资潜力分析报告》共十六章。首先介绍了养生茶相关概念及发展环境，接着分析了中国养生茶规模及消费需求，然后对中国养生茶市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国养生茶面临的机遇及发展前景。您若想对中国养生茶有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 中国养生茶产品概述

第一节 养生茶产品定义

第二节 养生茶产品分类

第二章 养生茶市场宏观环境分析

第一节 中国宏观经济分析

第二节 中国人口结构分析

第三节 人民生活情况分析

第四节 居民消费支出分析

第三章 养生茶市场相关政策分析  
第一节 养生茶市场监管部门分析  
第二节 中国保健品行业相关政策  
第三节 保健品行业相关政策法规

第四章 中国保健品市场发展分析  
第一节 保健品市场行业现状  
一、保健品企业结构  
二、保健品产品分类  
三、保健品市场结构  
四、保健品营销模式  
五、保健品竞争形势  
第二节 中国保健品市场分析  
一、保健品市场规模  
二、保健品产品结构

第五章 养生茶市场发展分析  
第一节 国外养生茶发展概况  
一、国际养生茶现状分析  
二、国外主要养生茶产品  
第二节 中国养生茶发展现状  
第三节 养生茶市场特性分析  
第四节 养生茶生产要求和原则  
第五节 养生茶市场发展瓶颈  
一、养生茶市场份额小  
二、产品的质量难保证  
三、市场的标准不健全  
第六节 养生茶市场存在问题  
第七节 养生茶企业发展建议

第六章 中国养生茶市场需求分析  
第一节 中国养生茶市场规模

## 第二节 养生茶市场需求分析

## 第七章 中国养生茶品牌竞争力分析

### 第一节 中国减肥茶品牌竞争分析

#### 一、减肥茶品牌竞争分析

#### 二、减肥茶产品价格分析

### 第二节 中国润肠茶品牌竞争分析

#### 一、润肠茶品牌竞争分析

#### 二、润肠茶产品价格分析

### 第三节 三高平衡茶品牌竞争分析

#### 一、三高平衡茶品牌竞争分析

#### 二、三高平衡茶产品价格分析

## 第八章 养生茶企业盈利能力比较分析

### 第一节 主要企业利润总额比较

### 第二节 主要企业销售毛利率比较

### 第三节 主要企业营业利润率比较

### 第四节 主要企业总资产利润率比较

### 第五节 主要企业成本费用利润率比较

## 第九章 碧生源养生茶品牌案例分析

### 第一节 碧生源市场结构分析

### 第二节 碧生源产品结构分析

### 第三节 碧生源电商渠道分析

### 第四节 碧生源营销成本分析

### 第五节 碧生源价格变动分析

### 第六节 碧生源品牌推广分析

### 第七节 碧生源品牌策略分析

## 第十章 2016-2019年中国养生茶所属产品进出口分析

### 第一节 2016-2019年中国养生茶所属产品进口分析

#### 一、养生茶所属产品进口数量情况

二、养生茶所属产品进口金额情况

三、养生茶所属产品进口来源分析

四、养生茶所属产品进口均价分析

第二节 2016-2019年中国养生茶所属产品出口分析

一、养生茶所属产品出口数量情况

二、养生茶所属产品出口金额情况

三、养生茶所属产品出口流向分析

四、养生茶所属产品出口均价分析

第三节 中国养生茶出口前景分析

第十一章 中国养生茶市场渠道分析

第一节 商超渠道分析

第二节 药店渠道分析

第三节 电商渠道分析

第四节 电商渠道分析

第五节 直销渠道分析

第十二章 中国养生茶生产企业情况

第一节 养生茶主要生产企业

第二节 减肥茶生产企业名单

第三节 银杏茶主要生产企业

第十三章 养生茶生产企业运营分析

第一节 北京澳特舒尔保健品开发有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业养生茶产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第二节 北京御生堂保健食品有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业养生茶产品分析

三、养生茶产品销量分析

### 第三节 广东大印象（集团）有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业销售网络分析

四、企业竞争优势分析

### 第四节 安徽天方茶业（集团）有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

五、企业销售网络分析

### 第五节 湖南天天清茶业有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业养生茶产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

五、企业销售网络分析

六、企业竞争优势分析

### 第六节 山东永春堂集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业养生茶产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

五、企业发展优势分析

六、企业发展战略分析

### 第七节 江西省修水神茶实业有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业养生茶产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

五、企业销售网络分析

六、企业竞争优势分析

第八节 北京绿山九保健茶有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业养生茶产品分析

三、企业营销网络分析

四、企业竞争优势分析

第九节 江西省宁红集团公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业生产能力分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

第十节 北京市天龙保健茶有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业销售网络分析

四、企业竞争优势分析

第十四章 2020-2026年养生茶市场发展前景分析

第一节 中国保健品发展前景分析

第二节 中国中药保健品前景分析

第三节 中国养生茶市场前景分析

第十五章 2020-2026年中国养生茶市场发展趋势

第一节 中国保健茶市场发展趋势

第二节 中国养生茶市场发展趋势

第十六章 2020-2026年中国养生茶市场发展预测

第一节 中国保健品市场规模预测

第二节 中国养生茶市场规模预测

第三节 中国养生茶市场发展建议



图表目录：

图表1 2012-2019年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表2 2016-2019年国内生产总值构成及增长速度统计

图表3 2008-2019年中国人口总量增长趋势图

图表4 2019年中国人口数量及其构成情况统计

图表5 2001-2019年中国城镇居民及农村居民家庭恩格尔系数统计

图表6 2012-2019年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表7 2008-2019年中国城镇居民人均现金消费支出额增长趋势图

图表8 城镇居民家庭平均每人现金消费支出构成图

图表9 《保健食品产品技术要求规范》附件1

图表10 中国不同规模保健食品制造企业数量所占份额

图表11 中国保健食品主要品牌与中小品牌市场份额占比

图表12 2008-2019年中国保健品零售规模趋势图

图表13 2019年中国保健品产品结构图

图表14 养生茶行业生命周期各阶段特点

图表15 2012-2019年养生保健茶市场规模统计

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/166288.html>