

2018-2024年中国互联网+ 红茶行业分析与发展机遇预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2018-2024年中国互联网+红茶行业分析与发展机遇预测报告》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.chinairr.org/report/R07/R0702/201806/21-264886.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

2015年中国红茶产量达25.8万吨，出口量达2.8万吨，内销量为15.84万吨。2011-2015年间，中国红茶产量年均复合增长率（CAGR）为18%。

据海关统计，2015年，我国茶叶进口2.3万吨，金额约1.1亿美元，平均单价4616美元/吨，同比分别上升1.84%、14.82%和12.75%。其中，红茶进口1.88万吨，金额7705万美元，均价4094美元/吨，同比分别上升10.08%、11.79%和1.55%。

据海关统计，2016年1-12月，我国茶叶进口22735，同比下降1.38%，金额1.1亿美元，平均单价4920美元/吨，同比分别上升5.11%和6.58%。其中，红茶进口19295吨，金额8176万美元，均价4237美元/吨，同比分别上升2.51%、6.11%和3.51%。2015-2016年中国红茶进口数据分析

年份	进口数量（万吨）	进口金额（万美元）	
进口价格（美元/吨）		2015年	1.88
7705	4094	2016年	1.93
8176	4237		

据海关统计，2014年1-12月，我国茶叶出口30.15万吨，同比下降7.46%，金额约12.7亿美元，平均单价4222美元/吨，同比分别上升2.09%和10.32%。其中红茶出口2.78万吨，同比下降15.58%，金额1.45亿美元，均价5225美元/吨，同比分别上升12.96%和33.82%。

2015年中国茶叶出口32.5万吨，同比上升7.8%，金额88亿元人民币(约13.8亿美元)，同比上升8.6%。其中红茶出口量2.8万吨，占总量的8.7%，同比上升1.3%；红茶出口额2.1亿美元，占总数的15.0%，同比上升42.3%。

据中国海关总署数据，2016年1-12月，我国茶叶出口32.9万吨，金额约14.8亿美元，平均单价4518美元/吨，同比分别上升1.15%、7.48%和6.25%。其中红茶出口33141吨，金额约2.6亿美元，均价7732美元/吨，同比分别上升17.87%、24.19%和5.36%

2017年1-7月，我国茶叶出口20.58万吨，金额约8.6亿美元，同比分别上升9.80%和3.27%，平均单价4208美元/吨，同比下降5.95%。其中红茶出口19636吨，同比上升5.23%，金额约1.3亿美元，均价6637美元/吨，同比分别下降8.13%和12.70%2014-2017年中国红茶出口数据分析

年份	出口数量（万吨）	出口金额（亿美元）	
出口价格（美元/吨）		2014年	2.78
1.45	5225	2015年	2.8
2.1	52400	2016年	3.31
2.6	7732	2017年1-7月	1.96

中国产业研究报告网发布的《2018-2024年中国互联网+红茶行业分析与发展机遇预测报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

中国产业研究报告网是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：第一章 中国互联网+红茶行业发展综述1.1 “互联网+红茶”行业概念界定1.1.1 “互联网+”的提出及内涵（1）“互联网+”的提出（2）“互联网+”的内涵1.1.2 “互联网+红茶”行业的内涵1.1.3 本报告的研究范围1.2 中国互联网+红茶行业发展背景1.2.1 中国互联网+红茶行业政策背景分析（1）行业管理体制分析（2）行业发展规划分析（3）行业政策动向分析（4）政策环境对行业的影响1.2.2 中国互联网+红茶行业经济背景分析（1）宏观经济环境分析1）国际宏观经济运行分析2）国内宏观经济运行分析3）宏观经济发展对行业的影响（2）关联产业发展背景1）中国电子商务发展状况分析2）中国大数据产业发展状况分析3）中国互联网产业发展状况分析4）关联产业发展对行业的影响1.2.3 中国互联网+红茶行业技术背景分析（1）云计算技术发展现状及未来趋势分析（2）物联网技术发展现状及未来趋势分析（3）通信技术的发展现状及未来趋势分析（4）互联网相关技术对行业的影响总结 第二章 中国互联网+红茶行业发展现状及前景2.1 中国互联网+红茶行业市场发展阶段分析2.1.1 互联网+红茶行业发展阶段研究2.1.2 中国互联网+红茶行业细分阶段发展特点2.2 互联网给红茶行业带来的冲击和变革分析2.2.1 互联网时代红茶行业大环境变化分析2.2.2 互联网给红茶行业带来的突破机遇分析2.2.3 互联网给红茶行业带来的挑战分析2.2.4 互联网+红茶行业融合创新机会分析2.3 中国互联网+红茶行业市场发展现状分析2.3.1 中国互联网+红茶行业投资布局分析（1）中国互联网+红茶行业投资切入方式（2）中国互联网+红茶行业投资规模分析（3）中国互联网+红茶行业投资业务布局2.3.2 红茶行业目标客户互联网渗透率分析2.3.3 中国互联网+红茶行业市场规模分析2.3.4 中国互联网+红茶行业竞争格局分析（1）中国互联网+红茶行业参与者结构（2）中国互联网+红茶行业竞争者类型（3）中国互联网+红茶行业市场占有率2.4 中国互联网+红茶行业市场发展前景分析2.4.1 中国互联网+红茶行业市场增长动力分析2.4.2 中国互联网+红茶行业市场发展前景

瓶颈剖析2.4.3 中国互联网+红茶行业市场发展趋势分析2.5 中国红茶行业电商发展现状及前景预测2.5.1 中国红茶行业电商总体开展情况2.5.2 中国红茶行业电商交易规模分析2.5.3 中国红茶行业电商产品/服务品类2.5.4 中国红茶行业电商盈利情况分析2.5.5 中国红茶行业电商市场现存问题2.5.6 中国红茶行业电商市场趋势分析2.5.7 中国红茶行业电商市场规模预测 第三章 中国互联网+红茶行业商业模式创新策略3.1 商业模式研究基本思想介绍3.1.1 商业模式的定义及与其他模式的比较3.1.2 商业模式的核心构成要素及构建流程3.2 中国互联网+红茶行业市场定位创新分析3.2.1 中国红茶行业消费者特征分析3.2.2 中国红茶行业企业主流的市场定位分析3.2.3 互联网对红茶行业市场定位的变革分析3.2.4 互联网下红茶行业市场定位优秀案例分析3.3 中国互联网+红茶行业价值主张创新分析3.3.1 中国红茶行业主要的客户价值主张要素分析3.3.2 互联网+红茶行业价值主张创新策略分析（1）红茶行业企业如何利用互联网升级产品使用体验（2）红茶行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验（3）红茶行业企业如何利用互联网节约客户成本3.3.3 互联网+红茶行业价值主张创新优秀案例3.4 中国互联网+红茶行业渠道通路创新分析3.4.1 中国红茶行业渠道通路的主要类别及特点分析（1）价值传递通路的定义及特点（2）产品销售渠道的定义及特点（3）现有渠道通路特点的优势及不足（4）互联网对渠道通路的改造分析3.4.2 互联网对红茶行业渠道通路的颠覆性变革分析3.4.3 互联网+红茶行业网络媒体广告宣传策略分析3.4.4 互联网+红茶行业电商渠道构建策略分析3.4.5 互联网+红茶行业渠道通路创新优秀案例3.5 中国互联网+红茶行业客户关系创新分析3.5.1 中国红茶行业客户关系的类别及关系成本分析（1）红茶行业客户关系的类别分析（2）红茶行业客户关系成本分析3.5.2 中国互联网+红茶行业客户关系创新路径分析3.5.3 中国互联网+红茶行业客户关系创新优秀案例3.6 中国互联网+红茶行业收入来源创新分析3.6.1 中国红茶行业收入的主要来源渠道及特点3.6.2 中国互联网+红茶行业收入来源的创新分析3.6.3 中国互联网+红茶行业收入来源创新优秀案例3.7 中国互联网+红茶行业合作伙伴创新分析3.7.1 中国红茶行业主要的合作伙伴及其特点分析3.7.2 互联网如何改变红茶行业合作伙伴结构3.7.3 互联网下红茶行业新增合作伙伴的特点3.7.4 互联网下红茶行业新增合作伙伴优秀案例3.8 中国互联网+红茶行业成本机构优化分析3.8.1 中国红茶行业主要成本结构及特点分析3.8.2 互联网如何改变红茶行业成本结构3.8.3 互联网下红茶行业成本结构的优化路径3.8.4 互联网下红茶行业成本结构优化优秀案例3.9 国外互联网+红茶行业商业模式创新经验3.9.1 国外互联网+红茶行业商业模式优秀案例剖析（1）案例一1）案例一基本信息分析2）案例一经营情况分析3）案例一盈利模式分析4）案例一商业模式评价（2）案例二1）案例二基本信息分析2）案例二经营情况分析3）案例二盈利模式分析4）案例二商业模式评价3.9.2 国外互联网+红茶行业商业模式创新经验借鉴 第四章 中国红茶行业企业电商战略规划及模式选择4.1 中国红茶行业企业电商战略规划分析4.1.1 红茶企业电商如何正确定位4.1.2 红茶电商核心业务确定策略4.1.3 红茶企业电商化组织变革策略4.2 中国红

茶行业典型电商发展模式总体分析4.2.1 中国电子商务主流模式分析4.2.2 B2B电商模式及其优劣势分析（1）B2B电商模式的特点（2）B2B电商模式的适用范围（3）B2B电商模式的优秀案例（4）B2B电商模式的优劣势4.2.3 B2C电商模式及其优劣势分析（1）B2C电商模式的特点（2）B2C电商模式的适用范围（3）B2C电商模式的优秀案例（4）B2C电商模式的优劣势4.2.4 C2C电商模式及其优劣势分析（1）C2C电商模式的特点（2）C2C电商模式的适用范围（3）C2C电商模式的优秀案例（4）C2C电商模式的优劣势4.2.5 O2O电商模式及其优劣势分析（1）O2O电商模式的特点（2）O2O电商模式的适用范围（3）O2O电商模式的优秀案例（4）O2O电商模式的优劣势4.2.6 中国红茶行业最优电商模式的选择4.3 中国红茶行业企业电商切入模式及发展路径4.3.1 模式一（1）模式一的特点及优劣势（2）模式一的业务布局分析（3）模式一的渠道通路分析（4）模式一的收入来源分析（5）模式一的关键资源能力分析（6）模式一的经营风险分析（7）模式一的优秀案例分析4.3.2 模式二（1）模式二的特点及优劣势（2）模式二的业务布局分析（3）模式二的渠道通路分析（4）模式二的收入来源分析（5）模式二的关键资源能力分析（6）模式二的经营风险分析（7）模式二的优秀案例分析4.4 中国红茶行业移动电商切入路径及典型产品4.4.1 中国红茶行业移动电商的商业价值分析（1）移动电商的商业价值分析（2）中国移动互联网发展现状（3）中国移动互联网前景预测4.4.2 中国红茶行业移动电商市场发展现状4.4.3 中国红茶行业移动电商市场切入路径4.4.4 中国红茶行业移动电商典型产品形式4.4.5 中国红茶行业移动电商发展趋势及前景 第五章 中国互联网+红茶商业模式创新优秀案例剖析5.1 案例一5.1.1 案例一基本信息分析5.1.2 案例一经营情况分析5.1.3 案例一产品/服务分析5.1.4 案例一盈利模式分析5.1.5 案例一渠道通路分析5.1.6 案例一合作伙伴分析5.1.7 案例一融资情况分析5.1.8 案例一商业模式评价5.2 案例二5.2.1 案例二基本信息分析5.2.2 案例二经营情况分析5.2.3 案例二产品/服务分析5.2.4 案例二盈利模式分析5.2.5 案例二渠道通路分析5.2.6 案例二合作伙伴分析5.2.7 案例二融资情况分析5.2.8 案例二商业模式评价5.3 案例三5.3.1 案例三基本信息分析5.3.2 案例三经营情况分析5.3.3 案例三产品/服务分析5.3.4 案例三盈利模式分析5.3.5 案例三渠道通路分析5.3.6 案例三合作伙伴分析5.3.7 案例三融资情况分析5.3.8 案例三商业模式评价 第六章 中国互联网+红茶行业市场投资机会及建议6.1 中国互联网+红茶行业投资特性及风险6.1.1 互联网+红茶行业投资壁垒分析（1）政策壁垒（2）技术壁垒（3）市场壁垒6.1.2 互联网+红茶行业投资特性分析6.1.3 互联网+红茶行业投资风险分析6.2 中国互联网+红茶行业投融资现状及趋势6.2.1 中国互联网+红茶行业投资现状及趋势（1）中国互联网+红茶行业投资主体结构（2）各投资主体核心资源分析（3）各投资主体投资方式分析（4）各投资主体投资规模分析（5）主要投资事件分析（6）各投资主体投资趋势分析6.2.2 中国互联网+红茶行业融资现状及趋势（1）中国互联网+红茶行业融资主体构成（2）各融资主体核心资源分析（3）各融资主体融资方式分析（4）各融资主体融资规模分析（5）主要融资事

件及用途（6）各融资主体融资趋势分析6.3 中国互联网+红茶行业投资机会及建议6.3.1 中国互联网+红茶行业投资机会分析6.3.2 互联网+红茶行业投资建议分析 第七章 中国大型企业互联网+红茶投资布局分析7.1 相关公司“互联网+红茶”投资布局7.1.1 企业一（1）企业基本信息分析（2）企业经营情况分析（3）企业互联网+红茶投资布局（4）企业互联网+红茶产品/服务分析（5）企业最新发展动向7.1.2 企业二（1）企业基本信息分析（2）企业经营情况分析（3）企业互联网+红茶投资布局（4）企业互联网+红茶产品/服务分析（5）企业最新发展动向7.1.3 企业三（1）企业基本信息分析（2）企业经营情况分析（3）企业互联网+红茶投资布局（4）企业互联网+红茶产品/服务分析（5）企业最新发展动向7.2 大型互联网企业“互联网+红茶”投资布局7.2.1 阿里巴巴（1）企业基本信息分析（2）企业经营情况分析（3）企业互联网+红茶投资布局（4）企业互联网+红茶产品/服务分析（5）企业最新发展动向7.2.2 百度公司（1）企业基本信息分析（2）企业经营情况分析（3）企业互联网+红茶投资布局（4）企业互联网+红茶产品/服务分析（5）企业最新发展动向7.2.3 腾讯公司（1）企业基本信息分析（2）企业经营情况分析（3）企业互联网+红茶投资布局（4）企业互联网+红茶产品/服务分析（5）企业最新发展动向 图表目录图表1：互联网+红茶行业发展规划汇总表图表2：互联网+红茶行业主要政策汇总表图表3：政策环境对行业的影响分析表图表4：2017-2016年全球主要经济体经济增速预测（单位：%）图表5：2005-2014年中国GDP增长率变化趋势图（单位：%）图表6：2005-2014年中国工业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）图表7：2005-2014年中国服务业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）图表8：2009-2014年中国电商交易规模发展趋势（单位：亿元，%）图表9：2018-2024年中国电商交易规模预测图表10：2010-2017年我国网民规模及互联网普及率图表11：2013-2017年中国网民各类网络应用的使用率图表12：2009-2017年我国移动网民规模及增长速度图表13：关联产业发展对行业的影响总结表图表14：互联网相关技术对行业的影响总结表图表15：中国互联网+红茶行业发展阶段图表16：主要企业互联网+红茶行业投资切入角度图表17：2014-2017年中国互联网+红茶行业主要投资事件图表18：中国互联网+红茶行业投资业务布局图表19：2012-2017年中国互联网+红茶行业市场规模发展趋势图表20：中国互联网+红茶行业主要的市场参与者图表21：中国互联网+红茶行业市场增长动力图表22：中国互联网+红茶行业市场发展瓶颈图表23：中国红茶行业电商交易规模（单位：亿元）图表24：中国红茶行业电商产品/服务品类图表25：中国红茶行业电商市场现存问题图表26：2018-2024年中国红茶行业电商市场规模预测更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0702/201806/21-264886.html>