

2008年中国茶叶市场研究咨询报告

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

《2008年中国茶叶市场研究咨询报告》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/200807/4042.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

→内容简介

2007年我国茶叶总产量将突破110万吨的大关，再度稳居世界产量第一的位置，但是茶叶出口方面无论哪种茶的出口均价都未进入世界前5名。所以，进一步提高茶叶出口单价,培育知名茶叶品牌，是我国茶行业实现突破的关键。2008年北京奥运会是茶叶行业千载难逢的历史机遇，是品牌、实力的展现平台。作为领跑中国茶叶出口销售的浙江茶商，应及时把握2008年的机会，宣传中国茶叶文化，打响中国茶叶品牌，把2008年奥运会作为一个打造品牌茶叶龙井茶的转折点，对龙井茶进行统一包装、统一经营，像世界著名茶品牌立顿一样，让浙江茶叶能连接奥运，走向世界。

近年来兴起的有机茶、绿色食品茶就是消费者的消费偏好。茶馆也成为茶叶消费和茶文化宣传的窗口，茶馆业的迅猛发展极大地带动了茶叶的消费，茶艺馆发展方兴未艾，对拉动茶叶消费、扩大市场显示出积极的意义。我国茶叶到了2010年，茶叶面积160万公顷，产量将达到135万吨，产值超过210亿元。茶叶深加工产品产值350亿元（包括茶饮料、茶食品、茶叶的提取物等），茶馆、茶文化等与茶相关的第三产业产值达200亿元。在茶叶加工方面，茶叶精制加工企业要全部通过QS质量认证，茶叶初制加工企业能够实现清洁化生产。在茶叶流通方面，改进现有茶叶批发市场交易方式，提高茶叶交易效率和交易水平。并且通过加大对茶叶龙头企业的扶持力度，努力提高茶叶企业在国内外市场的竞争力，并且通过发展品牌连锁经营和茶叶的电子商务等，来促进茶叶流通的现代化。

目前我国茶叶出口主要以原料茶为主，自主品牌少，而且茶叶企业实力不强，为了扩大我国茶叶在国际市场的份额，培育更广泛的茶叶市场，国家应改建立茶叶推广基金，在全球市场上推广中国茶，为茶叶企业开拓市场营造良好的经营环境，并且鼓励茶叶企业开拓市场，培育自主的茶叶品牌，提高企业的竞争力。“十一五”期间，要按照国际市场茶叶交易主要方式，建立茶叶拍卖市场，并制定相应的政策措施来支持茶叶拍卖市场的运作，为国内外茶叶企业搭建国际性的茶叶交易平台。茶叶作为21世纪朝阳产业，具有十分广泛的发展前景。作为世界茶叶原产地的中国，茶叶既是我国传统、优势的农产品，也是广大茶农脱贫奔小康的重要经济支柱。我国要实现由世界茶叶大国向世界茶叶强国的转变，离不开党和国家的重视、关心和支持。要加快茶产业的发展，关键是在产业政策的制定和实施。

本研究咨询报告依据国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国茶叶流通协会、国民经济景气监测中心、中国茶叶信息、国内外多种报刊杂志等提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国茶叶市场进行了分析研究。报告对我国茶叶行业的发展需求、市场竞争格局、细分市场以及行业主要产区发展等情况作了详细的分析，报告还重点研究了我国茶叶行业

相关领域市场的发展状况，以及茶叶行业市场发展趋势和竞争格局。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为茶叶企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。报告同时对于行业研究规律、行业政策制定和欲进入的投资集团提供了准确的情报信息及科学的决策依据。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状分析

第一章 茶叶概述 1

第一节 茶叶的分类与品种 1

一、茶叶的种类 1

二、茶叶的产地分布 3

三、有机茶的定义 5

第二节 中国茶叶市场特性 6

一、茶叶产品的多样性 6

二、商品茶价格的模糊性 6

三、市场通路的波动性 6

四、茶叶品牌的可塑性 7

五、包装茶的盈利性 7

第二章 国际茶叶市场发展分析 8

第一节 国际茶叶市场概况 8

一、世界茶叶的产地分布 8

二、世界茶叶市场现状 9

三、茶叶各主要消费国分析 11

四、2007年世界主要产茶国茶叶产销概况 13

五、世界茶叶市场发展新动向 14

六、世界重点国家茶叶市场分析 16

第二节 国际茶叶政策及标准状况 18

一、欧盟茶叶农药残留限量规定 18

二、2007年国际茶叶展发表《全球茶产业宣言》 19

三、主要国家茶叶及其制品标准 21

第三节 印度 26

一、印度主要茶叶公司概况 26

二、印度茶叶行业面临危机 33

三、印度茶业需要更新市场战略 33

第四节 肯尼亚 34

一、肯尼亚成为全球最大的茶叶出口国 34

二、肯尼亚茶叶不能增值的原因分析 35

三、肯尼亚茶叶出口面临国际竞争压力 35

第五节 日本 36

一、日本茶叶发展概况 36

二、日本茶叶市场呈三大特点 37

三、日本对茶叶的综合利用 38

第六节 美国 39

一、美国茶叶市场概况 39

二、美国茶叶进口标准 41

三、美国青睐中国绿茶和特种茶 41

第七节 俄罗斯 42

一、俄罗斯茶叶市场现状 42

二、俄罗斯进口茶叶市场面临重新洗牌 43

三、俄罗斯茶叶市场发展潜力巨大 43

第八节 英国 48

一、英国茶叶市场概况 48

二、英国茶叶进口情况 50

第三章 中国茶叶行业分析 52

第一节 中国茶叶行业概况 52

一、中国茶叶企业百强排名分析 52

二、2007年我国茶叶总产量分析 58

三、推动茶叶产业发展的因素 59

四、中国茶叶向电子商务发展分析 61

第二节 我国茶叶出口情况分析 63

- 一、我国茶叶出口情况 63
- 二、我国茶叶的出口竞争力分析 64
- 三、茶叶出口企业应对“农残之困” 67
- 四、我国茶叶出口趋势分析 71
- 五、我国茶叶主要出口市场展望 72

第三节 茶叶行业质量状况 73

- 一、我国无公害茶叶总体质量达到国家标准 73
- 二、控制茶叶农药残留提高茶叶质量 74

第四节 茶叶行业QS认证情况 75

- 一、茶叶QS认证的程序及相关标准 75
- 二、2007年起执行茶叶QS市场准入制度分析 81
- 三、QS认证牵动茶叶行业神经 81
- 四、茶叶QS认证市场反应分析 84

第五节 茶叶行业存在的问题 87

- 一、茶叶重产地轻品牌成发展瓶颈 87
- 二、茶叶品牌化程度低制约行业发展 88

第四章 精制茶制造工业经济运行分析 91

第一节 2007年精制茶制造业经济运行分析 91

- 一、2007年全国精制茶产量分析 91
- 二、2007年精制茶加工销售收入前十家企业 98
- 三、2007年精制茶加工主要经济指标分析 100

第二节 我国精制茶加工行业绩效分析 129

- 一、2007年行业产销情况 129
- 二、2007年行业规模 137
- 三、2007年行业盈利能力 143
- 四、2007年行业经营发展能力 157
- 五、2007年行业偿债能力 165

第五章 中国茶叶市场发展分析 175

第一节 中国茶叶市场发展概况 175

- 一、中国茶叶市场发展建议 175
- 二、中国茶叶市场潜力分析 178
- 三、我国茶叶批发市场发展现状分析 179
- 四、茶叶批发市场发展趋势 185
- 第二节 茶叶拍卖市场分析 193
 - 一、我国建立茶叶拍卖市场的意义 193
 - 二、茶叶拍卖市场十大关系分析 194
 - 三、中国茶叶拍卖市场发展分析 196
- 第三节 茶叶市场的细分化 200
 - 一、茶叶市场细分化的原则 200
 - 二、茶叶市场细分化的标准 201
 - 三、茶叶市场细分化策略的选择 203
- 第四节 茶叶市场的经营管理 205
 - 一、茶叶市场经营决策标准 205
 - 二、茶叶市场管理的原则 206
 - 三、茶叶信息管理系统管理的原则 207

第六章 茶叶消费状况分析 209

第一节 国际市场茶叶消费状况 209

- 一、英国茶叶消费情况分析 209
- 二、法国茶叶消费情况分析 211
- 三、加拿大茶叶消费情况 213

第二节 中国茶叶消费状况 213

- 一、茶叶消费市场尚未成熟 213
- 二、北京茶叶市场消费调查分析 215
- 三、广州茶叶消费量分析 226
- 四、认牌购茶是茶叶消费新趋势 227

第三节 茶叶消费发展策略及趋势 228

- 一、茶叶消费新策略 228
- 二、我国茶叶消费市场发展方向 228

第二部分 行业细分市场发展分析

第七章 绿茶 231

第一节 中国绿茶市场发展状况 231

一、摩洛哥成为中国绿茶最大进口国 231

二、2007年绿茶产品质量合格率84% 231

三、2007年绿茶出口分析 232

第二节 婺源绿茶行业发展状况 233

一、婺源有机茶出口占据全国半壁江山 233

二、婺源绿茶已连续11年打破欧盟贸易关卡 234

三、婺源绿茶小包装首登欧盟市场 234

第三节 日照绿茶行业发展状况 235

一、日照绿茶产品概况 235

二、日照绿茶的优劣势分析 236

三、65家日照茶企抱团打天下 237

四、日照绿茶未来发展趋势 238

第八章 红茶 239

第一节 国际红茶行业发展概况 239

一、世界的四大名红茶 239

二、世界红茶产区分析 240

第二节 中国红茶市场发展分析 241

一、美国是中国红茶出口第一大市场 241

二、中国红茶品牌抢占国际市场分析 242

三、彩云红打造世界级红茶品牌 245

第三节 中国部分地区红茶发展状况 247

一、福建酝酿复兴中国红茶 247

二、安徽祁门红茶又添光彩 248

第九章 花茶 250

第一节 花茶市场发展概况 250

一、花茶介绍 250

二、花茶的未来发展方向 252

三、花茶产业发展趋势分析 253

第二节 茉莉花茶发展情况 254

- 一、我国茉莉花茶产销情况分析 254
- 二、茉莉花茶产业稳定发展的对策 257
- 三、广西横县茉莉花茶走俏市场 258
- 四、广西横县茉莉花茶产业分析 260

第十章 其他种类茶叶 268

第一节 乌龙茶 268

- 一、乌龙茶产区及品种分析 268
- 二、福建乌龙茶的品牌化之路分析 269
- 三、台湾乌龙茶的发展及其文化特色 271

第二节 普洱茶 279

- 一、普洱茶的分类 279
- 二、普洱茶市场走向 279
- 三、普洱茶需从投资品回归消费品 280
- 四、普洱茶产业化过程规避风险分析 282
- 五、普洱茶酝酿新一轮繁荣 283

第三节 白茶 286

- 一、安吉白茶的发展过程与对策 286
- 二、消费者心理与白茶品牌建设分析 292
- 三、白茶在美国的市场状况 299

第三部分 行业主要产区发展分析

第十一章 云南茶叶行业 303

第一节 云南茶叶行业总体状况 303

- 一、云南茶叶产业进入快速发展期 303
- 二、云南茶叶产业发展情况分析 304
- 三、2010年云南茶叶发展预测 306

第二节 红河州茶业状况 307

- 一、红河州茶叶向品牌市场稳步迈进 307
- 二、红河州茶叶产业情况分析 314
- 三、全力开创红河茶叶产业发展新局面 317

第三节 临沧茶业状况 329

- 一、临沧茶业亮点闪烁 329
- 二、2007年云南临沧茶叶产值分析 331
- 三、云南临沧拓宽茶叶生产空间 332
- 四、用临沧原生态文化打造茶叶产业品牌 333

第四节 德宏茶业状况 339

- 一、德宏是茶业的繁荣之地 339
- 二、云南省德宏扶持开发茶叶产业 339
- 三、德宏州茶叶市场专项整治分析 342

第五节 西双版纳茶业状况 343

- 一、西双版纳发展茶业唱响“普洱”品牌 343
- 二、西双版纳茶叶市场专项整治有序进行 345
- 三、“十一五”西双版纳茶业要打生态牌 345
- 四、2010年西双版纳茶叶总产量预测 346

第六节 昌宁茶业状况 347

- 一、2007年昌宁县抓茶叶生产思路清晰 347
- 二、昌宁推进茶业产业化经营 348
- 三、昌宁茶业实现较快发展 349
- 四、昌宁县提升茶叶产业策略 350

第十二章 福建茶叶行业分析 351

第一节 福建茶叶行业发展概况 351

- 一、福建省茶叶行业自律公约 351
- 二、2007年福建茶业八大指标全国第一 353
- 三、福建名优茶是最具竞争优势的名茶 356
- 四、福建将实施茶叶强省规划 357

第二节 安溪茶叶行业 359

- 一、安溪茶叶市场概况 359
- 二、安溪茶叶发展前景分析 359

第三节 福建其他地区茶叶行业发展分析 361

- 一、泉州茶业发展分析 361
- 二、武夷岩茶的发展现状分析 366

第十三章 浙江茶叶行业分析 368

第一节 浙江茶叶行业发展概况 368

- 一、浙江茶叶产业化经营发展现状与展望 368
- 二、我国茶叶首张欧盟通行证落户浙江绍兴 374
- 三、2008年奥运是浙江茶叶的大好商机 374

第二节 宁波茶叶发展情况 375

- 一、宁波茶叶找到国际新买家 375
- 二、宁波茶叶出口受欧盟新农残标准影响 375

第三节 丽水茶叶行业综述 376

- 一、浙江丽水茶叶产业发展概况 376
- 二、丽水茶叶市场竞争力分析 380
- 三、提高丽水茶叶产业竞争力的对策 383

第四节 浙江其他部分地区茶叶行业 384

- 一、杭州西湖茶叶市场将异地扩建 384
- 二、浙江新昌“十一五”茶叶产业发展规划 385
- 三、温州市茶叶产业“十一五”发展规划 391

第十四章 湖南茶叶行业分析 396

第一节 湖南茶叶行业发展概况 396

- 一、湖南省茶叶产业发展分析 396
- 二、湖南打造湘茶核心竞争力 403
- 三、2007年湖南开展茶叶市场整顿 405
- 四、“十一五”期间湖南省茶叶总产值预测 405

第二节 湖南部分地区茶叶行业 406

- 一、湖南桃源茶叶生产现状及发展对策 406
- 二、湘西古丈茶叶产销两旺再创新高 408
- 三、湖南安化晋丰厚花卷茶“金花”闪耀 409
- 四、湖南桃江县大力推动茶业发展 409
- 五、湖南加快益阳茶叶产业发展 410

第十五章 其他部分省市茶叶行业 415

第一节 广东省茶叶行业 415

- 一、广东东莞茶叶市场发展迅猛 415
- 二、广东汕头茶叶市场呈现新趋势 416
- 第二节 安徽茶叶行业 417
 - 一、着力打造安徽最大精品茶叶市场 417
 - 二、安徽开发有机茶成效显著 419
 - 三、安徽茶叶可持续发展分析 422
 - 四、安徽积极应对欧盟茶叶新规 427
- 第三节 湖北省茶叶行业 429
 - 一、湖北出口茶叶控制农残的措施 429
 - 二、湖北五峰实施茶叶精品名牌战略 430
 - 三、Q S 市场准入引发湖北保康茶叶产业大调整 430
 - 四、湖北整合茶叶资源 431
- 第四节 贵州省茶叶行业 432
 - 一、贵州省首个茶叶标准化体系在都匀建成 432
 - 二、齐心协力做大做强贵州省茶产业 432
 - 三、贵州茶叶出口策略分析 433
 - 四、2010年贵州茶叶加工业发展规划 435
- 第五节 广西区茶叶行业 436
 - 一、灵山县打造广西茶叶第一县 436
 - 二、凌云成为广西茶叶种植第一大县 437
 - 三、南宁打造面向东盟的茶叶大市场 439
 - 四、广西三江茶叶资源亟待综合开发利用 440
- 第六节 四川省茶叶行业 444
 - 一、普洱茶冲击四川高端茶叶市场 444
 - 二、四川茶叶出口分析 447
 - 三、四川加强茶叶市场竞争力 450
 - 四、四川茶叶市场营销对策分析 451
- 第七节 江西省茶叶行业 457
 - 一、江西茶叶大省做出大品牌分析 457
 - 二、重振江西茶叶产业大有可为 461
 - 三、江西赣州借茶文化促茶产业发展 462
 - 四、加快推进江西省茶产业发展意见 463

第四部分 行业营销策略及竞争格局分析

第十六章 茶叶市场营销分析 471

第一节 茶叶市场营销发展分析 471

一、茶叶市场营销组合运用的原则 471

二、创造中国茶馆营销新模式 472

第二节 茶叶营销策略分析 474

一、品牌塑造策略 474

二、市场分销策略 475

三、产品开发策略 475

四、商品茶价格策略 476

五、社会资源整合策略 476

六、市场促销策略 477

第三节 2008年茶产品奥运营销策略 477

一、有资格大干无资格巧干 477

二、注重包装 478

三、完善价格 480

四、拓展销售渠道 480

第四节 中国茶叶营销存在的五大误区 485

一、“文化”的误区 486

二、产品的误区 486

三、意识的误区 487

四、营销的误区 489

五、企业管理的误区 489

第十七章 茶叶包装分析 491

第一节 中国茶叶包装情况 491

一、茶叶包装机械分析 491

二、中国茶叶包装类型 491

三、茶叶包装要符合标准规定 496

四、茶叶包装设计大赛推出“绿色包装”概念 497

第二节 茶叶包装设计分析 498

一、茶叶包装设计的色彩分析 498

- 二、茶叶包装设计的图案分析 499
- 三、茶叶包装设计中的三个关注问题 500
- 四、茶叶礼品包装设计分析 503
- 第三节 茶叶包装存在的问题 505
 - 一、茶叶存在过度包装问题 505
 - 二、茶叶包装标识有待规范 507
 - 三、茶叶包装存在污染 508
- 第四节 茶叶包装策略 509
 - 一、茶叶包装有助于提升品牌形象 509
 - 二、茶包装关键是技术与文化含量 512
 - 三、现代茶叶包装的三大特点 513
 - 四、茶叶包装装潢的特征体现 514

第十八章 中国茶叶市场竞争分析 515

- 第一节 中国茶叶市场竞争形势 515
- 第二节 部分地区茶叶市场竞争状况 516
 - 一、陕西茶产业优势提升其发展核心竞争力 516
 - 二、浙江省着力提升茶叶专业合作社软竞争力 517
 - 三、湖北英山县茶叶产业发展面临的挑战 520

第十九章 行业重点企业分析 526

- 第一节 中国茶叶股份有限公司 526
 - 一、公司概况 526
 - 二、公司茶叶品牌 527
- 第二节 浙江省茶叶集团有限公司 529
 - 一、公司概况 529
 - 二、公司动态 531
- 第三节 中国湖南省茶业有限公司 532
 - 一、公司概况 532
 - 二、公司经营战略 533
 - 三、公司动态 533
- 第四节 安徽茶叶进出口有限公司 535

一、公司概况 535

二、公司品牌建设 537

三、公司动态 539

第五节 浙江华发茶业有限公司 539

一、公司概况 539

二、公司动态 540

第六节 北京吴裕泰茶业股份有限公司 541

一、公司动态 541

二、公司动态 542

第五部分 行业发展前景分析

第二十章 茶叶行业发展前景及趋势 545

第一节 茶叶行业发展前景 545

一、茶叶发展前景看好 545

二、中国茶叶市场的发展潜力 549

第二节 茶叶行业发展趋势 551

一、茶产业走向现代化与多元化 551

二、有机茶将是今后茶产业发展趋势 555

三、茶叶美容产品时尚流行在全球掀起热潮 556

第三节 中国茶叶行业“十一五”期间产业发展规划 557

一、茶叶行业发展环境分析 558

二、茶叶产业发展的指导思想、原则和总体目标 562

三、茶叶产业具体任务 563

四、茶叶产业政策建议 568

图表目录

图表：2005年俄罗斯茶叶出口主要国家 45

图表：2005年俄罗斯茶叶进出口统计 46

图表：2005年俄罗斯进口茶叶结构 46

图表：2005年进口产品结构分析 47

图表：2006年中国茶叶企业百强排名 52

图表：2007年中国茶叶企业百强排名（公示） 55

图表：2007年2-10月精制茶产量全国合计 91

图表：2007年2-10月精制茶产量北京市合计 91

图表：2007年2-10月精制茶产量黑龙江合计 92

图表：2007年2-10月精制茶产量江苏省合计 92

图表：2007年2-10月精制茶产量浙江省合计 92

图表：2007年2-10月精制茶产量安徽省合计 93

图表：2007年2-10月精制茶产量福建省合计 93

图表：2007年2-10月精制茶产量江西省合计 93

图表：2007年2-10月精制茶产量山东省合计 94

图表：2007年2-10月精制茶产量河南省合计 94

图表：2007年2-10月精制茶产量湖北省合计 95

图表：2007年2-10月精制茶产量湖南省合计 95

图表：2007年2-10月精制茶产量广东省合计 95

图表：2007年2-10月精制茶产量广西区合计 96

图表：2007年2-10月精制茶产量海南省合计 96

图表：2007年2-10月精制茶产量重庆市合计 96

图表：2007年2-10月精制茶产量四川省合计 97

图表：2007年2-10月精制茶产量贵州省合计 97

图表：2007年2-10月精制茶产量云南省合计 98

图表：2007年2-10月精制茶产量陕西省合计 98

图表：2007年2月精制茶加工销售收入前十家企业 98

图表：2007年5月精制茶加工销售收入前十家企业 99

图表：2007年8月精制茶加工销售收入前十家企业 99

图表：2007年1-8月精制茶加工主要经济指标全国合计 100

图表：2007年1-8月精制茶加工主要经济指标北京市合计 101

图表：2007年1-8月精制茶加工主要经济指标黑龙江合计 102

图表：2007年1-8月精制茶加工主要经济指标上海市合计 104

图表：2007年1-8月精制茶加工主要经济指标江苏省合计 105

图表：2007年1-8月精制茶加工主要经济指标浙江省合计 107

图表：2007年1-8月精制茶加工主要经济指标安徽省合计 108

图表：2007年1-8月精制茶加工主要经济指标福建省合计 109

图表：2007年1-8月精制茶加工主要经济指标江西省合计 111

图表：2007年1-8月精制茶加工主要经济指标山东省合计 112

图表：2007年1-8月精制茶加工主要经济指标河南省合计 114

图表：2007年1-8月精制茶加工主要经济指标湖北省合计 115

图表：2007年1-8月精制茶加工主要经济指标湖南省合计 116

图表：2007年1-8月精制茶加工主要经济指标广东省合计 118

图表：2007年1-8月精制茶加工主要经济指标广西区合计 119

图表：2007年1-8月精制茶加工主要经济指标海南省合计 121

图表：2007年1-8月精制茶加工主要经济指标重庆市合计 122

图表：2007年1-8月精制茶加工主要经济指标四川省合计 123

图表：2007年1-8月精制茶加工主要经济指标贵州省合计 125

图表：2007年1-8月精制茶加工主要经济指标云南省合计 126

图表：2007年1-8月精制茶加工主要经济指标陕西省合计 128

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计产成品 129

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计产成品比上年同期增长 130

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计产品销售收入 131

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计产品销售收入比上年同期增长 132

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计产品销售成本 133

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计产品销售成本比上年同期增长 134

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计产品销售费用 135

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计产品销售费用比上年同期增长 136

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计全部从业人数平均个数 137

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计全部从业人数平均比上年同期增长 138

图表：2007年1-10月全国各省市精制茶加工累计企业单位数 139

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计亏盈企业单位数 140

图表：2007年1-10月全国各省市精制茶加工累计工业总产值 141

图表：2007年1-10月全国各省市精制茶加工累计工业总产值比上年同期增长 142

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计利润总额 143

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工上年本月止累计利润总额 144

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计亏损企业亏损总额 145

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计亏损企业亏损总额比上年同期增长 146

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工产值利税率 147

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工产值利税率最好水平 148

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工资金利税率 149

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工资金利税率最好水平 150

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工成本费用利润率 151

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工成本费用利润率最好水平 152

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工人均销售率 153

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工人均销售率 154

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计产品销售税金及附加 155

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计税金总额 156

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工产成品资金占用率 157

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工产成品资金占用率最好水平 158

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工资本保值增值率 159

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工资本保值增值率最好水平 160

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工流动资产周转次数 161

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工流动资产周转次数最好水平 162

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计管理费用 163

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计财务费用 164

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计流动资产平均余额 165

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计流动资产平均余额比上年同期增长 166

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计固定资产净值平均余额 167

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计固定资产净值平均余额比上年同期增长 168

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计资产总计 169

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计资产总计比上年同期增长 170

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计负债合计 171

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工累计负债合计比上年同期增长 172

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工资产负债率 173

图表：2007年1-8月全国各省市精制茶加工资产负债率最好水平 174

图表：北京饮茶的职业分布情况表 216

图表：北京消费者辨别茶叶的能力 217

图表：北京消费者对北京品牌连锁店的忠诚度 217

图表：北京消费者喜欢饮用的茶类 218

图表：消费者对茶产品的品牌认知度 219

图表：北京消费者选用的茶叶形式 220

图表：北京消费者选择饮茶的原因 220

图表：北京消费者的选茶购茶的场所 221

图表：北京消费者购买茶叶价位分布情况 222

图表：北京消费者购茶的动机 223

图表：北京消费者对厂家的社会责任感关注情况 223

图表：北京消费者对各种饮料的喜欢程度 224

图表：消费者可接受的促销方式与售后服务 225

图表：2007年绿茶产品质量国家监督抽查部分质量较好的产品及其企业名单 232

图表：台湾部份发酵茶的类别 275

图表：台湾乌龙茶类制造流程 275

图表：台湾文山包种茶品质审查标准 277

图表：台湾冻顶乌龙茶及台湾高山乌龙茶品质审查标准 277

图表：中国都市女性美容情况调查 294

图表：2007年昌宁县茶叶产业发展计划任务表 348

图表：2004年浙江省茶叶集团有限公司进出口额增长图 529

图表：1991-2004年浙江省茶叶集团有限公司进出口额增长情况表 530

图表：安徽茶叶进出口有限公司茶叶产区分布图 536

图表：北京吴裕泰茶业股份有限公司网络销售图 542

图表：2000-2005年我国茶叶产量、面积、出口和产值 558

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200807/4042.html>