

2009-2012年中国茶叶行业 投资策略分析及竞争战略研究咨询报告

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

《2009-2012年中国茶叶行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》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/200907/21918.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

近年来，中国茶产业得到快速发展，产业规模不断扩大，出口数量和金额屡创新高。2008年中国茶园种植面积和茶产量均居世界第一，茶叶出口居世界第三。茶叶出口规模的不断扩大对提高中国茶产业的水平和竞争力、增加茶农收入发挥了重要作用。2008年中国茶园种植面积达到160万公顷，茶产量124万吨，占世界总量的1/3。2008年中国茶叶出口29.7万吨，出口金额6.82亿美元，仅次于肯尼亚和斯里兰卡。金融危机会对茶叶贸易经营造成一定的影响，但不会使茶叶出口产业遭到致命打击，2009年下半年出口形势将会好转，乐观估计2009年全年出口会与去年同比持平。面对2009年严峻的经济形势，出口企业应加强国际市场拓展力度，研究消费者的饮茶习惯、偏好，生产适销对路的茶叶产品。另外，企业要强化出口茶叶质量安全，强化自律意识，规范自身行为，避免恶性竞争。据海关统计数据，2008年中国茶叶出口29.7万吨创历史新高，出口创汇6.82亿美元。其中主要产品为绿茶，2008年出口22.3万吨，同比持平，金额4.87亿美元，同比增长13%。不过，中国茶叶出口结构层次低、质量低仍是当前茶叶出口的短板。

2008年全球茶叶的销量上涨而产量下降，2009年全球茶叶市场可能依旧会继续这样的趋势，预计供需的不平衡会使茶叶价格出现快速上涨。2008年全球茶叶销量同比增加了4.8%，而茶叶产量却出现了1.2%的下降。联合国粮农组织认为，即便有经济危机的影响，2009年全球茶叶的销量仍会有所增加，同时由于气候及地区政治因素茶叶的产量依然会出现下降。市场的供需矛盾可能会将茶叶价格进一步推高。数据显示，全球茶叶市场上红茶占到七成多，而近两年来由于供应紧张红茶价格出现了快速上涨。在全球最大的红茶市场肯尼亚，2009年年初其每公斤红茶的价格升至3.4美元，创下了近10年多以来的新高，接近3.5美元的历史最高点。在茶叶生产方面，前五大茶叶生产国产量占全球总产量的70%左右。摩洛哥是中国茶叶出口第一大市场，也是中国绿茶出口传统市场。摩洛哥从海外进口的茶叶逐年提升，其中98.3%来自于中国。我国对摩洛哥出口存在严重的品质下降问题，已威胁到该市场的稳定和持续发展，茶企应加强对出口品质的管理，维护摩洛哥茶叶市场稳定和发展。日本是我国茶叶的第二大出口国，中国以52%的占比稳居日本茶叶第一大进口货源地。中国茶在美国进口茶市场上占比18%，略高于阿根廷。我国对美茶叶出口将继续呈稳定增长态势。俄罗斯是世界主要茶叶消费国和进口国，但该地区茶叶消费者总体对我国茶叶缺乏感性认识，我国茶叶的声誉远远低于斯里兰卡、印度的产品。但随着俄罗斯的经济快速增长、消费水平的提高，我国对俄茶叶出口有着广阔的增长空间。虽然欧盟对茶叶进口农残检验越来越苛刻，但我国企业经过多年努力，积极采取有效的应对措施，已逐步适应欧盟标准要求，使输出到欧洲的茶叶开

始止跌回升。我国对欧盟茶叶出口有着较大的发展空间和潜力，只要我国茶企措施应对得当，我国对欧茶叶出口将呈快速增长态势。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国茶叶流通协会、中国茶叶学会、中国经济景气监测中心、中国茶叶商情以及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营销策略。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。

→报告目录

目 录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 茶叶行业发展概述 1

第一节 茶叶的概念 1

一、茶叶定义 1

二、茶叶的分类 4

三、中国茶文化 8

四、茶叶基本成份及功效 9

第二节 中国茶叶市场特性 11

一、茶叶产品的多样性 11

二、商品茶价格的模糊性 11

三、市场通路的波动性 12

四、茶叶品牌的可塑性 12

五、包装茶的盈利性 12

第二章 全球茶叶市场发展分析 14

第一节 全球茶叶市场当前形势与市场发展 14

一、全球茶叶产量局部增降 14

二、全球茶叶出口情况分析 15

三、世界绿茶产量情况分析	15
四、传统的茶消费市场分析	17
第二节 2008-2009年全球茶叶市场发展状况	18
一、2008-2009年全球茶叶价格走势	18
二、2009年国际市场对中国茶叶需求	19
三、2008年美国与加拿大茶叶市场分析	20
四、2008-2009年越南茶叶出口形势及预测	21
五、尼日利亚茶叶产业现状及合作建议	22
六、2009年俄国茶叶购买量预测	27
第三章 我国茶叶行业发展现状	29
第一节 2008-2009年茶叶行业发展状况	29
一、中国茶产业遭遇困境的原因	29
二、中国茶叶向电子商务发展分析	31
三、2009年茶叶价格发展展望	32
四、2009年茶叶行业的产业升级情况	33
第二节 2008年茶叶行业品牌发展分析	35
一、中国茶叶从品类转型成为品牌	35
二、中国茶市场品牌存在的问题	36
三、茶叶品牌化制约行业发展	39
四、茶业品牌实现永续发展的策略	41
第三节 中国茶叶产业化发展阻碍与机遇	44
一、中国茶业发展概况	45
二、中国茶业的发展弊端	45
三、中国茶叶产业化的关键	46
四、中国茶叶产业化最可能的突破口	48
第四章 我国茶叶市场发展研究	50
第一节 我国茶叶产业产销情况分析	50
一、茶叶标准不断完善	50
二、生产基地多通过无公害认证	50
三、有机茶种植面积扩大	51
第二节 2009年茶叶价格走势分析	51
一、2009年春茶品质	52

二、2009年价格走势 52

第三节 我国茶叶品牌分析 53

一、我国茶叶品牌状况 53

二、我国茶叶重产地轻品牌造成的问题 56

三、破解我国茶叶品牌僵局探讨 57

第五章 茶叶行业经济运行分析 59

第一节 2009年上半年中国精制茶加工产销情况 59

一、2009年上半年中国精制茶加工产成品 59

二、2009年上半年中国精制茶加工工业总产值（当年价格） 60

三、2009年上半年中国精制茶加工工业销售产值 62

第二节 2009年上半年中国精制茶加工资产负债情况 64

一、2009年上半年中国精制茶加工资产总计 64

二、2009年上半年中国精制茶加工负债合计 65

第三节 2009年上半年中国精制茶加工行业规模情况 66

一、2009年上半年中国精制茶加工企业单位数 66

二、2009年上半年中国精制茶加工全部从业人员平均人数 67

第四节 2009年上半年中国精制茶加工行业效益情况 68

一、2009年上半年中国精制茶加工利润总额 68

二、2009年上半年中国精制茶加工利润总额比上年同期增长 69

第五节 2009年上半年中国精制茶加工亏损情况 70

一、2009年上半年中国精制茶加工亏损单位数 70

二、2009年上半年中国精制茶加工亏损企业亏损总额 71

第六节 2009年上半年中国精制茶加工不同经济类型企业主要经济指标 72

一、2009年上半年中国精制茶加工工国有企业主要经济指标 72

二、2009年上半年中国精制茶加工集体企业主要经济指标 74

三、2009年上半年中国精制茶加工股份合作企业主要经济指标 76

四、2009年上半年中国精制茶加工股份制企业主要经济指标 78

五、2009年上半年中国精制茶加工私营企业主要经济指标 79

六、2009年上半年中国精制茶加工外商和港澳台投资企业主要经济指标 81

七、2009年上半年中国精制茶加工其它经济类型企业主要经济指标 83

第六章 我国茶叶产量及进出口分析 86

第一节 我国茶叶产量分析 86

一、中国茶叶产量分析	86
二、2008年精制茶产量分析	87
三、2009年上半年精制茶产量分析	95
第二节 2008年我国茶叶出口情况	101
一、2008年各茶类出口情况	101
二、2008年茶叶主要出口市场情况	114
三、2008年咖啡、茶的浓缩精汁等进出口数据	115
第三节 2009年中国茶叶的海外机会与挑战	122
一、2009年中国茶叶出口情况	122
二、中国茶叶出口存在的困难	123
三、加拿大的市场机会	123
四、欧洲对中国茶叶颇具前景的挑战	123
五、中国茶叶在俄罗斯的问题与前景	124
六、世界茶叶的人均消费量	125
七、英国的茶叶消费量	126
八、中国茶产业迎来新契机	128
九、中国茶叶出口不利因素及策略	129
第四节 2008年茶叶出口别国分析	130
一、2008年我国对俄罗斯茶叶出口市场情况	130
二、2008年我国对美国茶叶出口市场情况	130
三、2008年我国对乌兹别克斯坦茶叶出口市场情况	130
四、2008年我国对摩洛哥茶叶出口市场情况	131
五、2008年我国对中东茶叶出口市场情况	131
六、2008年我国对欧盟茶叶出口市场情况	131
七、2008年独联体茶叶出口市场情况	131
八、中国成为德国最大茶叶来源国	131
第七章 我国茶叶行业细分市场分析	133
第一节 绿茶	133
一、绿茶介绍	133
二、2008年我国绿茶产品质量合格率情况	137
三、日照绿茶行业发展分析	138
四、2008年日照市绿茶发展情况	141

第二节 红茶 143

一、红茶介绍 143

二、世界红茶生产分布 147

三、国内外红茶发展概述 148

第三节 白茶 153

一、白茶介绍 153

二、安吉白茶起源与特异性状 154

三、2008年安吉白茶发展状况 156

第四节 乌龙茶（青茶） 157

一、乌龙茶介绍 157

二、乌龙茶的发展与演变 160

三、台湾乌龙茶的发展及其文化特色 163

第五节 花茶 169

一、花茶介绍 169

二、花茶的未来发展方向 171

三、2008-2010年广西横县茉莉花茶产业发展规划 171

第六节 普洱茶 177

一、普洱茶产业的市场分析 177

二、2008年12月普洱茶国家标准正式实施 179

三、普洱茶规范发展情况 179

四、2009年普洱茶迎来整合契机 181

第八章 茶叶区域市场情况分析 183

第一节 云南省 183

一、云南省茶叶产业发展情况通报 183

二、2008年云南茶叶产值分析 185

三、2009年云南茶叶产业展望 187

第二节 贵州省 189

一、贵州省雷山县茶叶产业化发展情况 189

二、贵州茶叶销售的关键要素 191

第三节 四川省 192

一、四川茶叶发展的现状 193

二、四川茶叶发展的优势 193

三、四川茶叶发展存在的主要问题	194
四、对四川茶叶发展的建议	196
第四节 福建省	199
一、2008年福建茶叶出口形势	199
二、2008年福建茶叶年产量情况	200
三、2015年福建省茶叶营销额预测	200
第五节 浙江省	201
一、绿色壁垒对浙江茶叶出口的影响及对策	201
二、2009年浙江安吉县茶叶生产情况	206
三、浙江茶叶产业化经营发展的因素及策略	206
第六节 湖南省	210
一、2008年湖南茶叶出口量分析	210
二、促进湖南省茶叶产业发展对策建议	210
第七节 山东省	213
一、山东省茶叶生产现状	214
二、山东省茶叶生产中存在的主要问题	215
三、山东省茶产业发展之对策	216
第九章 中国茶叶行业消费市场分析	218
第一节 中国茶叶消费者收入分析	218
一、人口规模与年龄结构分析	218
二、学历结构分析	218
三、2009年消费者信心指数分析	219
四、2009年居民生活水平分析	221
五、2009年零售市场情况分析	228
第二节 我国茶叶消费分析	229
一、我国茶叶市场消费状况分析	229
二、我国茶叶消费市场发展方向	232
三、北京茶叶市场消费调查分析	233
第三节 2008-2009年我国茶叶消费的变化	244
一、茶叶消费迎来品牌时代	244
二、我国茶叶消费“口味”发生变化	245
三、中国茶叶消费的方式正日趋多元化	246

第四节 2008年茶叶消费者调查研究 247

一、调查说明 247

二、您平时喝什么品种茶叶 247

三、您泡（喝）茶频率 248

四、您通常在哪里喝茶 248

五、您懂得鉴别茶叶的质量、档次吗 249

六、您平常泡（喝）茶的茶叶来源 249

七、您泡茶原因为何 249

八、您平常是否有购买茶叶习惯 249

九、您平均多久购买茶叶 250

十、您每次买多少茶叶 250

十一、您可接受的茶叶价格每斤在多少钱 250

十二、您买茶叶时主要考虑哪些因素 251

十三、您通常在哪里买茶叶 251

十四、您的茶叶相关资讯来源 252

第十章 我国茶叶营销及策略分析 253

第一节 茶业企业打造区域品牌的策略 253

一、研究市场且找准定位 253

二、建立多家连锁店并实现无缝化覆盖 254

三、大力宣传品牌 254

第二节 打造我国出口茶品牌的战略 255

一、我国茶叶品牌急需战略规划 255

二、我国出口茶品牌存在的现实问题 256

三、实施茶叶出口商标战略的企业优劣势分析 258

四、实现茶叶品牌的战略 259

五、制定和实施品牌战略规划的要害 260

第三节 茶叶新营销策略分析 262

一、抛弃陈腐的茶叶经营观念 263

二、进行市场调研找出选择的方向 264

三、仔细进行筛选和细化 264

四、分析自身的能力和资源匹配度 265

五、分析竞争对手的产品力位置和优势 265

六、确定企业产品竞争力的建立模型 265

七、进行市场验证 266

第二部分 行业竞争格局

第十一章 茶叶行业竞争格局分析 267

第一节 茶叶行业竞争结构分析 267

一、行业内现有企业的竞争 267

二、新进入者的威胁 268

三、替代品的威胁 269

四、供应商的讨价还价能力 269

五、购买者的讨价还价能力 270

第二节 中国茶叶产业竞争力的SWOT分析 270

一、优势 270

二、劣势 271

三、机遇 272

四、威胁 272

第三节 中国茶叶产业国际竞争力分析 274

一、国际市场占有率 274

二、显示比较优势指数 275

三、贸易竞争力指数 275

第四节 2008-2009年茶叶产业竞争格局 275

一、中国茶叶与外国茶叶竞争现状 275

二、中国茶叶市场遭洋茶挑战 277

三、中国茶叶企业百强排名分析 277

四、2009年茶叶产业竞争形势 286

五、2009年出口形势及竞争分析 288

第十二章 茶叶企业竞争策略分析 291

第一节 领先者市场竞争策略 291

一、维护高质量形象 291

二、扩大市场需求总量 291

三、保护市场份额 292

四、扩大市场份额 292

第二节 挑战者市场竞争策略 293

- 一、正面进攻 293
- 二、侧翼攻击 293
- 三、包围进攻 293
- 四、迂回攻击 294
- 五、游击战 294
- 第三节 提高我国茶叶国际市场竞争力的策略 294
 - 一、中国茶叶国际市场竞争力现状 294
 - 二、提高我国茶叶国际市场竞争力策略分析 296
 - 三、微波加工技术可有效提高茶叶的市场竞争力 300
- 第四节 我国绿茶出口竞争战略思考 302
 - 一、以质取胜战略 302
 - 二、品牌战略 304
 - 三、创新战略 305

第十三章 主要茶叶企业竞争分析 306

- 第一节 中国茶叶股份有限公司 306
 - 一、公司概况 306
 - 二、公司茶叶品牌 307
 - 三、公司发展战略 308
- 第二节 浙江省茶叶集团有限公司 309
 - 一、公司概况 309
 - 二、2008年公司动态 309
 - 三、公司商品出口的具体国家和地区 310
- 第三节 湖南省茶业有限公司 311
 - 一、公司概况 311
 - 二、公司经营战略 311
 - 三、到2010年公司发展预测 312
- 第四节 安徽茶叶进出口有限公司 313
 - 一、公司概况 313
 - 二、公司品牌建设的主要举措 314
 - 三、公司产品介绍 316
- 第五节 上海天坛国际贸易有限公司 317

一、公司概况	317
二、公司茶叶品牌介绍	318
第六节 云南下关沱茶（集团）股份有限公司	319
一、公司概况	319
二、2008年公司动态	321
第七节 昆明七彩云南庆沣祥茶业股份有限公司	321
一、公司概况	321
二、公司产品介绍	322
第八节 其他茶叶优势企业分析	324
一、浙江华发茶业有限公司	324
二、北京吴裕泰茶业股份有限公司	325
三、广东茶叶进出口有限公司	326
四、云南勐海茶厂	326
五、浙江省诸暨绿剑茶业有限公司	327
六、北京张一元茶叶有限责任公司	328
七、福建省安溪八马茶业有限公司	329
八、南京雪松茶业有限公司	331
第三部分 行业发展趋势	
第十四章 茶叶行业发展趋势分析	333
第一节 中国茶叶企业的扩张趋势分析	333
一、中国茶叶企业要进行转型	334
二、中国茶叶企业要做好的升级	334
第二节 2009年中国茶叶市场发展趋势	335
一、2009年普洱茶发展趋势	335
二、2009年茶叶种类消费趋势	336
三、2009年茶叶品牌消费趋势	338
四、2009年营销的主要手段	339
五、2009年茶叶价格整体趋势	340
第十五章 未来茶叶行业发展预测	341
第一节 2009年中国茶叶市场发展动向	341
一、茶叶消费多样化趋势	341
二、国内外市场的质量安全门槛越来越高	341

- 三、海峡两岸茶业交流日益红火 342
- 四、普洱茶发展尚需努力培育市场 342
- 五、市场倾向名优茶 343
- 六、突出特色茶文化及营销制胜 343
- 七、科技创新、产业化生产及提高茶叶附加值 344
- 八、2009年茶叶市场态势预测 344

第二节 2010-2017年世界茶叶产业发展预测 344

- 一、2010年全球绿茶、红茶出口趋势 344
- 二、2017年世界红茶产量预测 346
- 三、2017年世界绿茶产量预测 346
- 四、2017年世界红茶的出口量预测 347
- 五、2017年世界绿茶的出口量预测 348

第四部分 投资战略研究

第十六章 茶叶行业投资环境分析 349

第一节 经济环境分析 349

- 一、2008年宏观经济发展情况分析 349
- 二、2008-2009年我国宏观经济景气指数分析 379
- 三、2008-2009年居民消费价格分类指数分析 384
- 四、2009年我国宏观经济运行分析 392

第二节 政策环境分析 405

- 一、2008年《出口茶叶质量安全控制规范》的实施 405
- 二、2008-2009年质量新标准茶叶出口的应对策略 406
- 三、中国出口茶叶质量安全规范 408

第三节 社会环境分析 409

- 一、2008-2009年居民消费价格分类指数分析 409
- 二、2009年1季度全国居民收入情况分析 418
- 三、2009年1-5月全国社会消费品零售总额 419
- 四、2009年1-5月全国居民消费价格分析 419

第十七章 茶叶行业投资机会与风险 421

第一节 中国茶叶市场投资机会 421

第二节 茶产业在发展过程中存在的问题 422

- 一、产业化水平低 422

二、对茶业投入少 422

三、尚未形成真正的优势品牌 422

四、出口市场单一 423

第三节 茶产业的风险因素分析 423

一、经营风险 423

二、行业风险 424

三、市场风险 425

四、政策性风险 426

第十八章 金融危机对茶行业发展的影响分析 427

第一节 金融危机下茶叶行业的发展 427

一、金融危机下我国茶业现状 427

二、金融危机下我国茶业应对策略 428

第二节 当前金融危机对全球茶叶行业的影响 429

一、2008年各国茶业面对金融危机的措施 429

二、受国际金融风暴亚非产茶大国的应对策略 430

第三节 金融危机下我国茶叶行业发展前景 431

一、受国际金融危机茶叶市场价格的变化 431

二、2009年金融危机对我国茶叶出口的影响 432

第十九章 茶叶行业投资战略研究 433

第一节 2009-2012年我国茶叶企业发展策略 433

一、坚守核心主业 433

二、构建优质渠道 433

三、整合优质资源 434

四、提升经营能力 434

五、明确品牌形象 435

六、调整市场策略 436

第二节 茶叶行业发展战略研究 437

一、技术开发战略 437

二、产业战略规划 439

三、业务组合战略 441

四、营销战略规划 443

五、区域战略规划 444

六、企业信息化战略规划 447

图表目录

- 图表：2003-2007年尼日利亚全国茶叶总产量 23
- 图表：2009年1-6月中国精制茶加工产成品（千元） 59
- 图表：2009年1-6月中国精制茶加工工业总产值（当年价格）（千元） 60
- 图表：2009年1-6月中国精制茶加工工业总产值本月止累计（当年价格）（千元） 61
- 图表：2009年1-6月中国精制茶加工工业销售产值（千元） 62
- 图表：2009年1-6月中国精制茶加工工业销售产值本月止累计（千元） 62
- 图表：2009年1-6月中国精制茶加工资产总计本月止累计（千元） 64
- 图表：2009年1-6月中国精制茶加工负债合计本月止累计（千元） 65
- 图表：2009年1-6月中国精制茶加工企业单位数（个） 66
- 图表：2009年1-6月中国精制茶加工全部从业人员平均人数本月止累计（个） 67
- 图表：2009年1-6月中国精制茶加工利润总额本月止累计（千元） 68
- 图表：2009年1-6月中国精制茶加工利润总额比上年同期增长本月止累计（%） 69
- 图表：2009年1-6月中国精制茶加工亏损单位数本月止累计（个） 70
- 图表：2009年1-6月中国精制茶加工亏损企业亏损总额本月止累计（千元） 71
- 图表：2009年1-6月中国精制茶加工国有企业主要经济指标 72
- 图表：2009年1-6月中国精制茶加工集体企业主要经济指标 74
- 图表：2009年1-6月中国精制茶加工股份合作企业主要经济指标 76
- 图表：2009年1-6月中国精制茶加工股份制企业主要经济指标 78
- 图表：2009年1-6月中国精制茶加工私营企业主要经济指标 79
- 图表：2009年1-6月中国精制茶加工外商和港澳台投资企业主要经济指标 81
- 图表：2009年1-6月中国精制茶加工其它经济类型企业主要经济指标 83
- 图表：2007年1-12月我国全国精制茶产量合计 86
- 图表：2008年1-12月精制茶产量全国合计 87
- 图表：2008年1-12月精制茶产量北京市合计 87
- 图表：2008年1-12月精制茶产量黑龙江合计 87
- 图表：2008年1-12月精制茶产量浙江省合计 88
- 图表：2008年1-12月精制茶产量安徽省合计 88
- 图表：2008年1-12月精制茶产量福建省合计 89
- 图表：2008年1-12月精制茶产量江西省合计 89
- 图表：2008年1-12月精制茶产量山东省合计 89

图表：2008年1-12月精制茶产量河南省合计 90

图表：2008年1-12月精制茶产量湖北省合计 90

图表：2008年1-12月精制茶产量湖南省合计 91

图表：2008年1-12月精制茶产量广东省合计 91

图表：2008年1-12月精制茶产量广西区合计 91

图表：2008年1-12月精制茶产量海南省合计 92

图表：2008年1-12月精制茶产量重庆市合计 92

图表：2008年1-12月精制茶产量四川省合计 93

图表：2008年1-12月精制茶产量贵州省合计 93

图表：2008年1-12月精制茶产量云南省合计 93

图表：2008年1-12月精制茶产量陕西省合计 94

图表：2008年1-12月精制茶产量甘肃省合计 94

图表：2008年1-12月精制茶产量新疆区合计 95

图表：2009年1-6月精制茶产量全国合计 95

图表：2009年1-6月精制茶产量北京市合计 95

图表：2009年1-6月精制茶产量河北省合计 96

图表：2009年1-6月精制茶产量辽宁省合计 96

图表：2009年1-6月精制茶产量黑龙江合计 96

图表：2009年1-6月精制茶产量浙江省合计 96

图表：2009年1-6月精制茶产量安徽省合计 97

图表：2009年1-6月精制茶产量福建省合计 97

图表：2009年1-6月精制茶产量江西省合计 97

图表：2009年1-6月精制茶产量山东省合计 97

图表：2009年1-6月精制茶产量河南省合计 98

图表：2009年1-6月精制茶产量湖北省合计 98

图表：2009年1-6月精制茶产量湖南省合计 98

图表：2009年1-6月精制茶产量广东省合计 98

图表：2009年1-6月精制茶产量广西区合计 99

图表：2009年1-6月精制茶产量海南省合计 99

图表：2009年1-6月精制茶产量重庆市合计 99

图表：2009年1-6月精制茶产量四川省合计 99

图表：2009年1-6月精制茶产量贵州省合计 100

图表：2009年1-6月精制茶产量云南省合计 100

图表：2009年1-6月精制茶产量陕西省合计 100

图表：2006年9月-2008年8月各月茶叶出口金额 102

图表：2006年9月-2008年8月茶叶各月出口数量 103

图表：2008年1-8月茶叶分洲出口数量、金额 103

图表：2008年8月茶叶分国家（地区）出口情况 104

图表：2008年8月茶叶分国家（地区）出口情况 104

图表：2008年1-8月茶叶分国家（地区）出口情况（累计） 105

图表：2008年8月茶叶分贸易方式出口情况 106

图表：2008年1-8月茶叶分贸易方式出口情况（累计） 106

图表：2008年8月茶叶分地区出口情况 107

图表：2008年8月茶叶分地区茶叶出口情况 108

图表：2008年1-8月茶叶分地区出口情况（累计） 109

图表：2008年8月茶叶分企业性质出口情况（当月） 109

图表：2008年1-8月茶叶分企业性质出口情况（累计） 110

图表：2008年8月茶叶分品种出口情况（当月） 110

图表：2008年1-8月茶叶分品种出口情况（累计） 110

图表：2006年9月-2008年8月各月红茶出口数量、金额走势 111

图表：2006年9月-2008年8月各月红茶出口平均单价走势 111

图表：2006年9月-2008年8月各月绿茶出口数量、金额走势 112

图表：2006年9月-2008年8月各月绿茶出口平均单价走势 112

图表：2006年9月-2008年8月各月特种茶出口数量、金额走势 113

图表：2006年9月-2008年8月各月特种茶出口平均单价走势 113

图表：2008年8月茶叶出口价格、物量指数 114

图表：2008年1-12月咖啡、茶的浓缩精汁及制品进口数据 115

图表：2008年1季度咖啡、茶的浓缩精汁及制品进口数据 115

图表：2008年1月咖啡、茶的浓缩精汁及制品进口数据 116

图表：2008年2月咖啡、茶的浓缩精汁及制品进口数据 116

图表：2008年3月咖啡、茶的浓缩精汁及制品进口数据 116

图表：2008年2季度咖啡、茶的浓缩精汁及制品进口数据 116

图表：2008年4月咖啡、茶的浓缩精汁及制品进口数据 116

图表：2008年5月咖啡、茶的浓缩精汁及制品进口数据 117

图表：2008年6月咖啡、茶的浓缩精汁及制品进口数据 117

图表：2008年3季度咖啡、茶的浓缩精汁及制品进口数据 117

图表：2008年7月咖啡、茶的浓缩精汁及制品进口数据 117

图表：2008年8月咖啡、茶的浓缩精汁及制品进口数据 117

图表：2008年9月咖啡、茶的浓缩精汁及制品进口数据 118

图表：2008年4季度咖啡、茶的浓缩精汁及制品进口数据 118

图表：2008年10月咖啡、茶的浓缩精汁及制品进口数据 118

图表：2008年11月咖啡、茶的浓缩精汁及制品进口数据 118

图表：2008年12月咖啡、茶的浓缩精汁及制品进口数据 118

图表：2008年1-12月咖啡、茶的浓缩精汁及制品出口数据 119

图表：2008年1季度咖啡、茶的浓缩精汁及制品出口数据 119

图表：2008年1月咖啡、茶的浓缩精汁及制品出口数据 119

图表：2008年2月咖啡、茶的浓缩精汁及制品出口数据 119

图表：2008年3月咖啡、茶的浓缩精汁及制品出口数据 119

图表：2008年2季度咖啡、茶的浓缩精汁及制品出口数据 120

图表：2008年4月咖啡、茶的浓缩精汁及制品出口数据 120

图表：2008年5月咖啡、茶的浓缩精汁及制品出口数据 120

图表：2008年6月咖啡、茶的浓缩精汁及制品出口数据 120

图表：2008年3季度咖啡、茶的浓缩精汁及制品出口数据 120

图表：2008年7月咖啡、茶的浓缩精汁及制品出口数据 121

图表：2008年8月咖啡、茶的浓缩精汁及制品出口数据 121

图表：2008年9月咖啡、茶的浓缩精汁及制品出口数据 121

图表：2008年4季度咖啡、茶的浓缩精汁及制品出口数据 121

图表：2008年10月咖啡、茶的浓缩精汁及制品出口数据 121

图表：2008年11月咖啡、茶的浓缩精汁及制品出口数据 122

图表：2008年12月咖啡、茶的浓缩精汁及制品出口数据 122

图表：2005-2007年欧洲茶叶市场人均消费量 125

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 138

图表：台湾部份发酵茶的类别 167

图表：台湾乌龙茶类制造流程 167

图表：台湾文山包种茶品质审查标准 169

图表：台湾冻顶乌龙茶及台湾高山乌龙茶品质审查标准 169

图表：2008年我国人口数及其构成 218

图表：2009年1月我国消费者信心指数 219

图表：2009年2月我国消费者信心指数 219

图表：2009年3月我国消费者信心指数 220

图表：2009年4月我国消费者信心指数 220

图表：2009年1月我国居民消费价格分类指数 221

图表：2009年2月我国居民消费价格分类指数 221

图表：2009年3月我国居民消费价格分类指数 222

图表：2009年4月我国居民消费价格分类指数 222

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（一） 222

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（二） 223

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（三） 223

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（四） 223

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（五） 223

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（一） 224

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（二） 224

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（三） 224

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（四） 224

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（五） 225

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（一） 225

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（二） 225

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（三） 225

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（四） 226

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（五） 226

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（一） 226

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（二） 226

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（三） 227

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（四） 227

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（五） 227

图表：2009年1月我国社会消费品零售总额情况 228

图表：2009年2月我国社会消费品零售总额情况 228

图表：2009年3月我国社会消费品零售总额情况 229

图表：2009年4月我国社会消费品零售总额情况 229

图表：20年来中国茶叶市场的6个阶段 232

图表：北京饮茶的职业分布情况表 233

图表：北京消费者辨别茶叶的能力 234

图表：北京消费者对北京品牌连锁店的忠诚度 235

图表：北京消费者喜欢饮用的茶类 236

图表：消费者对茶产品的品牌认知度 237

图表：北京消费者选用的茶叶形式 238

图表：北京消费者选择饮茶的原因 238

图表：北京消费者的选茶购茶的场所 239

图表：北京消费者购买茶叶价位分布情况 240

图表：北京消费者购茶的动机 241

图表：北京消费者对厂家的社会责任感关注情况 241

图表：北京消费者对各种饮料的喜欢程度 242

图表：消费者可接受的促销方式与售后服务 243

图表：2006年中国茶叶企业百强排名 277

图表：2007年中国茶叶企业百强排名（公示） 280

图表：2008年中国茶叶企业百强排名（公示） 283

图表：1997-2006年中国、印度、斯里兰卡、印尼与肯尼亚茶叶出口量对比 295

图表：1997-2006年中国、印度、斯里兰卡、印尼与肯尼亚茶叶出口金额对比 295

图表：上海天坛国际贸易有限公司茶叶分类总汇 318

图表：上海天坛国际贸易有限公司拥有国际知名的茶叶品牌 318

图表：云南下关沱茶（集团）股份有限公司国内销售网络 320

图表：云南下关沱茶（集团）股份有限公司国际销售网络 320

图表：北京吴裕泰茶业股份有限公司网络销售图 326

图表：2008年1-4季度国内生产总值 349

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度 350

图表：2004-2008年居民消费价格指数涨跌幅度 350

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度 351

图表：2004-2008年年末国家外汇储备 351

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度 352

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度 353

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度 354

图表：2008年1-11月规模以上工业企业实现利润及其增长速度 355

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度 356

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度 356

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 357

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力 358

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况 358

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度 359

图表：2008年1-12月中国PPI发展情况 360

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度 360

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度 361

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度 361

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 362

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度 362

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度 363

图表：2004-2008年农村居民人均可支配收入及其增长速度 364

图表：2004-2008年城镇居民人均可支配收入及其增长速度 364

图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图 365

图表：2007-2008年我国规模以上工业增加值情况 366

图表：2007年6月-2008年我国轻重工业增加值情况 366

图表：2007-2008年我国工业出口交货值情况 366

图表：2006-2008年我国工业企业实现利润情况 367

图表：2006-2008年我国工业企业亏损情况 367

图表：2007-2008年我国工业生产资料价格变化情况 367

图表：2007-2008年我国工业品和原燃料价格变化情况 368

图表：2008年9月15日金融机构人民币存款利率表 369

图表：2008年9月15日金融机构人民币贷款利率表 369

图表：2008年10月9日金融机构人民币存款利率表 370

图表：2008年10月9日金融机构人民币贷款利率表 370

图表：2008年10月30日金融机构人民币存款利率表 371

图表：2008年10月30日金融机构人民币贷款利率表 371

图表：1996-2008年10月我国期存贷款基准利率走势 372

图表：2008年11月27日金融机构人民币存款利率表 372

图表：2008年11月27日金融机构人民币贷款利率表 373

图表：2008年12月23日金融机构人民币存款利率表 374

图表：2008年12月23日金融机构人民币贷款利率表 374

图表：2008年我国月度进、出口值及增速走势图 375

图表：2008年我国对主要贸易伙伴进出口总值表 375

图表：2008年12月我国进出口总值简要情况表 376

图表：2008年12月我国前十位出口市场 376

图表：2008年12月我国前十位进口来源地 377

图表：2008年12月我国进出口贸易方式情况 377

图表：2008年12月我国进出口企业性质及其总值情况 378

图表：2008年我国月度进出口总值情况 378

图表：2008年1月国家宏观经济景气指数 379

图表：2008年2月国家宏观经济景气指数 379

图表：2008年3月国家宏观经济景气指数 379

图表：2008年4月国家宏观经济景气指数 379

图表：2008年5月国家宏观经济景气指数 379

图表：2008年6月国家宏观经济景气指数 380

图表：2008年7月国家宏观经济景气指数 380

图表：2008年8月国家宏观经济景气指数 380

图表：2008年9月国家宏观经济景气指数 380

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 380

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 381

图表：2008年11月国家宏观经济景气指数 381

图表：2008年12月国家宏观经济景气指数 381

图表：2008年1季度我国企业景气指数 381

图表：2008年2季度我国企业景气指数 381

图表：2008年3季度我国企业景气指数 382

图表：2008年4季度我国企业景气指数 382

图表：2009年2月我国宏观经济景气指数 383

图表：2009年3月我国宏观经济景气指数 384

图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析 384

图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析 385

图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析 385

图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析 386

图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析 386

图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析 387

图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析 387

图表：2008年8月居民消费价格分类指数分析 388

图表：2008年9月居民消费价格分类指数分析 388

图表：2008年10月居民消费价格分类指数分析 389

图表：2008年11月居民消费价格分类指数分析 389

图表：2008年12月居民消费价格分类指数分析 390

图表：2009年1月居民消费价格分类指数分析 390

图表：2009年2月居民消费价格分类指数分析 391

图表：2009年3月居民消费价格分类指数分析 391

图表：2008-2009年3月国房景气指数 393

图表：2008-2009年3月房地产开发投资指数 394

图表：2008-2009年2月国家货币供应量 394

图表：2008-2009年2月全国房地产开发投资情况 395

图表：2008-2009年2月全国房地产开发投资增长情况 395

图表：2008-2009年2月工业总产值和同比增长率走势图 396

图表：2008-2009年2月工业总产值和同比增长率情况 396

图表：2008-2009年2月社会消费品零售总额 397

图表：2008-2009年2月社会消费品零售增长率 397

图表：2008-2009年2月全国外商直接投资情况 398

图表：2008-2009年2月全国外商直接投资增长率 398

图表：2008-2009年3月全国GDP、CPI和PPI涨幅 399

图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析 409

图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析 410

图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析 410

图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析 411

图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析 411

图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析 412

图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析 412
图表：2008年8月居民消费价格分类指数分析 413
图表：2008年9月居民消费价格分类指数分析 413
图表：2008年10月居民消费价格分类指数分析 414
图表：2008年11月居民消费价格分类指数分析 414
图表：2008年12月居民消费价格分类指数分析 415
图表：2009年1月居民消费价格分类指数分析 415
图表：2009年2月居民消费价格分类指数分析 416
图表：2009年3月居民消费价格分类指数分析 416
图表：2009年4月居民消费价格分类指数分析 417
图表：2009年5月居民消费价格分类指数分析 417
图表：2009年6月居民消费价格分类指数分析 417
图表：区域发展战略咨询流程图 446
图表：区域SWOT战略分析图 446

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200907/21918.html>