

2007—2008年中国有机茶加工行业投资价值决策 咨询及行业竞争力调查研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2007—2008年中国有机茶加工行业投资价值决策咨询及行业竞争力调查研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2864228642.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7800元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

【交付时间】 5个工作日【报告格式】 Word格式报告摘要：有机茶系指专门机构认定，许可使用有机食品的无污染的安全、优质茶叶。开发有机茶是以全程质量控制为核心，将农学、生态学、环境科学、营养学、卫生学等多科的原理运用到有机茶的生产、加工、储运、销售以及有关的教育、科研等环节，从而形成一个完整的无公害、无污染的优质茶叶产供销与管理系统。而茶业产业化是以市场为导向，以提高经济效益为中心，对茶支柱产业实行区域化布局、专业化生产、一体化经营、社会化服务、企业化管理，把产供销、贸工农、经科教紧密结合起来，形成一条龙的经营体制。二者在区域化开发、产业链的结构、产供销、以科教等方面，可以互相促进，相得益彰。

图表 1：2006年中国特种茶出口数量及增长率 目前世界产茶大国首推中国和印度，其次还有斯里兰卡、日本、肯尼亚。但随着“茶文化”从高雅“品位”向健康“品味”逐级上升，产茶大国传统的非有机茶正随着有机茶的开发呈加速淘汰之势。而有机茶在日本、印度、肯尼亚等国家从80年代后期蓬勃展开，不断严重冲击而且正迅猛抢占我国固定的国际市场，据资料表明，二十一世纪初全世界的茶叶需求总量480万吨，实际贸易总量270万吨，占56%，其中有机茶需求量200万吨以上，实际生产能力才6000吨。

图表 2：2006年中国特种茶出口金额及增长率 国际市场上有机茶货源紧俏，供不应求，年均以25--30%销量剧增，有机茶价格比现在系统管理方式所生产的普通茶叶要高出80%--300%，而我国，到二十一世纪初仅有20多个生产单位获得了有机茶颁证，巨大的有机茶买方市场迫切希望产茶大国中国的有机茶货源保障。因此，国际市场巨大需求空间和有机茶丰厚利益，就是我们项目建设的根本取向，也是世界经济贸易全球化为我国贫困山区提供的千载难逢的发展机遇。所以，开发有机茶既是竹山县充分利用山地资源、生态环境、培植财源的主要方向，也是发展茶业、振兴经济、实现可持续发展的一项重要举措，更是世贸时尚的朝阳产业。

图表 3：2006年中国特种茶出口单价及增长率 国际上有机茶生产于80年代，始于斯里兰卡，随后印度、肯尼亚等国家相继出现有机茶园和有机茶生产。我国的有机茶生产始于90年代初，后期得到快速发展。目前世界有机茶产销量为6000吨左右，主要是红茶，约4000吨，其次是绿茶，约2000吨，还有少量有机乌龙茶。目前，有机茶主要销往西欧、美国和日本等国家和地区。在欧美国家有机食品销售量占食品销售总量约5-10%，茶叶不到1%，有非常大的市场增长空间。欧盟国家是有机农业的发源地，大多数有机农产品基本能满足需要，但是这些国家都不产茶，有机茶必须依赖进口。近几年来，在国际茶叶贸易中，包括茶叶贸易公司，有机食品贸易公司和其他贸易公司在内，都有国外客户求购有机茶，特别是有机绿茶。目前有机食品在欧美等国家食品市场上，特别是超级市场等主流销售渠道销售出现跳跃上升。根据欧盟有关有机认证机构和贸易商提供的信息，有机茶市场正处于成长期，有机茶价格也非常有吸引力。事实上我国的有机茶出口局面尚未打开，有机茶产地与市场间的渠道十分不畅。1998年以前，出口到欧盟市场上的有机绿茶主要是印度和斯里兰卡生产的，至今仍然有斯里兰卡客商从中国进口有机绿茶，然后再名以斯里兰卡有机绿茶出口到欧盟

市场。有机茶是我国第一个颁证出口的有机食品。1990年6月荷兰颁证组织到浙江临安东坑、裴后茶园进行了有机考察并颁证，由浙江省茶叶进出口公司出口。1997年以来，有机茶得到快速发展。近几年来，我国茶叶主产区的浙江、江西、安徽、云南、福建、湖南、湖北等省先后有50多个县开展有机茶开发，建立有机茶基地100000多亩。产品主要出口美国、日本、德国、荷兰等国。目前我国的有机茶开发主要采用以下几种形式：私营企业或茶叶专业户 出口公司型、出口公司主导型、政府推动型等。浙江省是有机茶发展比较快的省份，开发早，企业和茶农热情高，出口公司开发国际市场积极，政府引导及时、措施有力。浙江省1997年有机茶产销量仅有8吨，1998年50吨，1999年300吨，2000年达到1000吨。特别是浙江省农业厅联合省供销社在20个重点产茶市县实施“有机茶工程”后，2005年全省有机茶园（含有机转换期茶园）面积和生产能力分别超过10万亩和5000吨，2006年面积和产量分别达到13万亩和8000吨，同时建立起科工贸农一体化的有机茶生产、加工、科研、销售体系形成有机茶生产、技术推广、生产资料供应、检测认证管理等全方位的产业化服务体系。5年内，预计拉动全省茶叶产值提高10%左右，茶农增收2亿元。图表

4：浙江省历年有机茶产量及增长率

江西省是另一个有机茶开发较快的省份，有了相当的有机茶产销基础。为加快形成规模生产的能力，江西省农业厅也在组织实施有机茶工程，计划用3-5年时间在全省建设一批有机茶生产基地，三年后全省有机茶产量达到4-5千吨，五年后达到6-8千吨，产值达2亿元，相当于目前全省毛茶的总产值。安徽省也非常重视有机茶开发，特别是在屯绿主产区黄山市休宁县，选择位于新安江源头的流口山区，进行有机茶开发试点，在组织模式上，形成从茶——加工企业——贸易商的有机茶开发产业链等方面，开展了积极而有益的尝试。福建省十分重视绿色食品茶叶的开发，并形成了相当的规模，目前福建省部分企业正在将绿色食品和有机茶开发结合起来。此外，湖南、湖北、云南等省也在积极开展有机茶开发……

本报告运用国内外有机茶生产现状及国际进出口贸易数据、国内各区域有机茶发展现状、种植加工模式等对比分析了有机茶的国际、国内市场竞争力，并运用产业生态化理论，通过对我国茶叶产业现状的深入了解，分析了有机茶产业生态化的内涵和特征，构建了有机茶产业生态化发展的模式。报告对如何推进有机茶产业生态化等问题进行了理论分析，提出了有机茶产业生态化建设的若干对策，为企业、政府决策部门和管理者发展有机茶产业提供科学、权威的参考依据。

研究报告目录

第一章 研究概述 10

第一节 研究背景 11

第二节 研究内容 12

第三节 研究方法 13

第四节 数据来源 14

第五节 研究团队 15

第二章 国内外有机茶市场概况 16

第一节 全球茶叶市场现状分析 17

第二节 各国人均茶叶年消费量

18一、 美国茶叶市场现状分析 19

二、 乌克兰茶叶市场现状分析 20

三、 波兰茶叶市场现状分析 21

四、 英国茶叶市场现状分析 22

五、 印度茶叶市场现状分析 23

六、 斯里兰卡茶叶市场现状分析 24

七、 肯尼亚茶叶市场现状分析 25

八、 日本茶叶市场现状分析 26

九、 越南茶叶市场现状分析 27

十、 加拿大茶叶市场现状分析 28

第三节 中国有机茶发展的现状和展望 29

一、 中国有机茶发展现状 30

二、 中国有机茶发展前景分析 31

三、 有机茶、品牌茶成为市场新宠 32

第三章

2005-2007年中国十大名茶细分市场	33	第一节 西湖龙井	34	一、特点分析	35	二、产量分析	36	三、价格分析	37	四、营销渠道分析	38		
第二节 洞庭碧螺春	39	一、特点分析	40	二、产量分析	41	三、价格分析	42	四、营销渠道分析	43				
第三节 黄山毛峰	44	一、特点分析	45	二、产量分析	46	三、价格分析	47	四、营销渠道分析	48				
第四节 君山银针	49	一、特点分析	50	二、产量分析	51	三、价格分析	52	四、营销渠道分析	53				
第五节 信阳毛尖	54	一、特点分析	55	二、产量分析	56	三、价格分析	57	四、营销渠道分析	58				
第六节 祁门红茶	59	一、特点分析	60	二、产量分析	61	三、价格分析	62	四、营销渠道分析	63				
第七节 六安瓜片	64	一、特点分析	65	二、产量分析	66	三、价格分析	67	四、营销渠道分析	68				
第八节 都匀毛尖	69	一、特点分析	70	二、产量分析	71	三、价格分析	72	四、营销渠道分析	73				
第九节 武夷岩茶	74	一、特点分析	75	二、产量分析	76	三、价格分析	77	四、营销渠道分析	78				
第十节 安溪铁观音	79	一、特点分析	80	二、产量分析	81	三、价格分析	82	四、营销渠道分析	83				
第四章 中国茶叶产区分布状况分析	84	第一节 中国历年茶园面积与茶叶产量分析	85	一、中国历年茶园面积分析	86	二、中国历年茶园产量分析	87						
第二节 中国主要茶叶产区分析	88	一、江南茶区情况分析	89	二、华南茶区情况分析	90	三、西南茶区情况分析	91	四、江北茶区情况分析	92				
第三节 茶叶产区核心竞争力分析	93	第四节 茶叶产区主要企业竞争力分析	94										
第五章 中国主要产茶省份分析	95	第二节 云南茶叶市场发展现状分析	96	一、云南茶叶产销现状分析	97	二、云南茶叶加工技术分析	98	三、云南茶叶产业发展战略分析	99	四、云南茶叶产业内部条件分析	100	五、云南茶叶产业外部环境分析	101
第三节 福建茶叶市场发展现状分析	102	一、福建茶叶产销现状分析	103	二、福建茶叶加工技术分析	104	三、福建茶叶产业发展战略分析	105	四、福建茶叶产业内部条件分析	106	五、福建茶叶产业外部环境分析	107		
第四节 浙江茶叶市场发展现状分析	108	一、浙江茶叶产销现状分析	109	二、浙江茶叶加工技术分析	110	三、浙江茶叶产业发展战略分析	111	四、浙江茶叶产业内部条件分析	112	五、浙江茶叶产业外部环境分析	113		
第五节 安徽茶叶市场发展现状分析	114	一、安徽茶叶产销现状分析	115	二、安徽茶叶加工技术分析	116	三、安徽茶叶产业发展战略分析	117	四、安徽茶叶产业内部条件分析	118	五、安徽茶叶产业外部环境分析	119		
第六节 湖北茶叶市场发展现状分析	120	一、湖北茶叶产销现状分析	121	二、湖北茶叶加工技术分析	122	三、湖北茶叶产业发展战略分析	123	四、湖北茶叶产业内部条件分析	124	五、湖北茶叶产业外部环境分析	125		
第七节 湖南茶叶市场发展现状分析	126	一、湖南茶叶产销现状分析	127	二、湖南茶叶加工技术分析	128	三、湖南茶叶产业发展战略分析	129	四、湖南茶叶产业内部条件分析	130	五、湖南茶叶产业外部环境分析	131		
第八节 江西茶叶市场发展现状分析	132	一、江西茶叶产销现状分析	133	二、									

江西茶叶加工技术分析	134三、	江西茶叶产业发展战略分析	135四、
江西茶叶产业内部条件分析	136五、	江西茶叶产业外部环境分析	137第九节
山东茶叶市场发展现状分析	138一、	山东茶叶产销现状分析	139二、
山东茶叶加工技术分析	140三、	山东茶叶产业发展战略分析	141四、
山东茶叶产业内部条件分析	142五、	山东茶叶产业外部环境分析	143第十节
四川茶叶市场发展现状分析	144一、	四川茶叶产销现状分析	145二、
四川茶叶加工技术分析	146三、	四川茶叶产业发展战略分析	147四、
四川茶叶产业内部条件分析	148五、	四川茶叶产业外部环境分析	149第十一节
广西茶叶市场发展现状分析	150一、	广西茶叶产销现状分析	151二、
广西茶叶加工技术分析	152三、	广西茶叶产业发展战略分析	153四、
广西茶叶产业内部条件分析	154五、	广西茶叶产业外部环境分析	155第六章
2003-2007年中国有机茶出口贸易分析	156第一节	2003-2007年中国有机茶出口总量分析	157第二节
		2003-2007年中国有机茶出口国别分析	158第三节
2003-2007年中国有机茶按种类出口统计分析	159一、	我国乌龙茶分国别和地区出口统计	160二、
		我国特种茶分国别和地区出口统计	161三、
		我国普洱茶分国别和地区出口统计	162四、
		我国绿茶分国别和地区出口统计	163五、
		我国花茶分国别和地区出口统计	164六、
		我国红茶分国别和地区出口统计	165七、
		我国茶叶分国别和地区出口统计	166第四节
中国有机茶出口特点分析	167第五节	2007-2010年中国有机茶出口趋势分析	168第七章
中国有机茶消费市场分析	169第一节	中国有机茶消费结构分析	170第二节
中国有机茶消费群体分析	171第三节	中国有机茶消费市场分析	172第四节
消费者购买渠道分析	173第五节	北京、上海、广东等城市有机茶消费特点分析	174第八章
2005-2007年中国有机茶市场规模与结构分析			175第一节
2005-2007年中国有机茶市场规模分析	176一、	市场规模分析	177二、
		总量规模分析	178三、
		增长速度分析	179第二节
		2005-2007年中国有机茶产品结构分析	180一、
高中低档茶叶结构分类分析	181二、	各类有机茶所占比例分析	182第三节
2005-2007年中国有机茶品牌结构分析	183一、	国际品牌与国内品牌结构分析	184二、
各地区品牌结构分析	185第九章	2005-2007年主要有机茶企业经营状况分析	186第一节
2005-2007年中国主要茶叶生产企业经营状况分析			187一、
2005-2006年度中国茶叶企业排名	188二、	按生产量排名	189三、
		按销售量排名	190四、
按资产量排名	191第二节	广东国宾集团	192一、
		企业基本情况	193二、
企业生产及经营情况	194第三节	饶平县金利香茶厂	195一、
		企业基本情况	196二、
企业生产及经营情况	197第四节	潮安南馥茶叶公司	198一、
		企业基本情况	199二、
企业生产及经营情况	200第五节	安徽霍山雨佳有机茶有限公司	201一、
		企业基本情况	202二、
企业生产及经营情况	203第六节	浙江华发出口茶厂	204一、
		企业基本情况	205二、
企业生产及经营情况	206第七节	江西省瑞金市武夷源贡茶开发有限公司	207一、

企业基本情况	208二、	企业生产及经营情况	209第八节	湖北保康荆山锦有机茶有限公司
210一、	企业基本情况	211二、	企业生产及经营情况	212第九节
江西井冈山市云海有机茶公司	213一、	企业基本情况	214二、	企业生产及经营情况
215第十节	浙江绍兴县舜江茶叶有限公司	216一、	企业基本情况	217二、
企业生产及经营情况	218第十一节	福建省福鼎市恒春源茶叶有限公司	219一、	企业基本情况
220二、	企业生产及经营情况	221第十二节	四川峨眉山龙洞有机茶业有限公司	222一、
企业基本情况	223二、	企业生产及经营情况	224第十三节	安徽新吉有机茶有限公司
225一、	企业基本情况	226二、	企业生产及经营情况	227第十四节
江西春芝茗实业有限公司	228一、	企业基本情况	229二、	企业生产及经营情况
230第十五节	江西井冈山市云海有机茶有限公司	231一、	企业基本情况	232二、
企业生产及经营情况	233第十章	2004-2007年中国有机茶加工行业成本费用分析	234第一节	2004-2007年中国有机茶产品销售成本分析
235一、	2004-2007年行业销售成本总额分析	236二、	2004-2007年行业销售成本率分析	237三、
不同规模企业销售成本率比较分析	238四、	不同所有制企业销售成本率比较分析	239第二节	2004-2007年销售费用分析
240一、	2004-2007年行业及销售费用总额分析	241二、	2004-2007年行业及销售费用率分析	242三、
不同规模企业销售费用率比较分析	243四、	不同所有制企业销售费用率比较分析	244第三节	2004-2007年管理费用分析
245一、	2004-2007年行业及管理费用总额分析	246二、	2004-2007年行业及管理费用率分析	247三、
不同规模企业管理费用率比较分析	248四、	不同所有制企业管理费用率比较分析	249第四节	2004-2007年财务费用分析
250一、	2004-2007年行业及财务费用总额分析	251二、	2004-2007年行业及财务费用率分析	252三、
不同规模企业财务费用率比较分析	253四、	不同所有制企业财务费用率比较分析	254第十一章	中国有机茶深加工行业产业链分析
255第一节	中国有机茶种植产业分析	256第二节	中国有机茶加工产业分析	257第三节
中国有机茶流通产业分析	258第四节	中国有机茶相关产业分析	259第十二章	中国有机茶行业产业政策分析
260第一节	行业宏观经济形势与政策环境	261一、	宏观经济形势分析	262二、
政府对产业的政策及影响分析	263第二节	中国有机茶加工行业全球发展状况及趋势	264一、	行业的发展状况
265二、	当前行业发展特点	266三、	全球市场环境分析	267第三节
行业存在问题及应对策略	268一、	行业目前存在问题以及发展限制	269二、	应对策略
270第十三章	中国茶业发展规律研究	271第一节	世界茶叶生产的基本规律分析	272第二节
中国茶叶消费的基本规律分析	273第三节	中国茶叶市场的基本规律分析	274第四节	中国茶叶发展的基本规律分析
275第五节	中国茶叶企业的基本规律分析	276第十四章	2007-2010年中国有机茶产业发展趋势预测	277第一节
2005-2007年中国有机茶产量预测	278第二节	2005-2007年中国有机茶市场价格预测		

279	第三节	2005-2007年中国有机茶消费市场预测	280	第四节
		2005-2007年中国有机茶行业深加工趋势预测	281	第十五章
		中国有机茶投资价值分析		
282	第一节	2005-2007年中国有机茶行业总体投资情况概述	283	第二节
		2005-2007年中国有机茶行业投资特点分析	284	第三节
		2005-2007年中国有机茶企业投资效益分析	285	第四节
		2007-2010年中国有机茶产业投资环境分析	286	第五节
		2007-2010年中国有机茶行业投资趋势预测	287	第六节
		2007-2010年中国有机茶行业投资价值与机会分析	288	第七节
		2007-2010年中国有机茶行业投资风险及防范措施	289	第十六章
		研究报告结论及建议		
290	图表索引目录（共计210张图表，图表目录略）			

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2864228642.html>