

2008年中国茶叶市场研究咨询报告

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《2008年中国茶叶市场研究咨询报告》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/2862028620.html>

报告价格：电子版: 6300元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7300

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

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，也是广大茶农脱贫致富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、中国行业研究网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
国际市场茶叶消费状况	209第一节
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
213二、北京茶叶市场消费调查分析	213一、茶叶消费市场尚未成熟
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
231一、摩洛哥成为中国绿茶最大进口国	231第一节 中国绿茶市场发展状况
231三、2007年绿茶出口分析	231二、2007年绿茶产品质量合格率84%
233一、婺源有机茶出口占据全国半壁江山	232第二节 婺源绿茶行业发展状况
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
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
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
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
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
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
283第三节 白茶	286一、安吉白茶的发展过程与对策
286一、安吉白茶的发展过程与对策	292三、白茶在美国的市场状况
286二、消费者心理与白茶品牌建设分析	299第三部分
292三、白茶在美国的市场状况	行业主要产区发展分析第十一章
299第三部分	云南茶叶行业
行业主要产区发展分析第十一章	303第一节 云南茶叶行业总体状况
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、QS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省合计	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://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2862028620.html>