



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007—2008年中国有机茶加工行业投资价值及可行性市场分析 及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2007—2008年中国有机茶加工行业投资价值及可行性市场分析及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/48108.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

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。

【 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

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/48108.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；
各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；
行业资深专家公开发表的观点；
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
世界贸易组织 <https://www.wto.org>
联合国统计司 <http://unstats.un.org>
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。