

茶叶经济管理学

Chaye jingji guanlixue

杨江帆 管 曦 编著

中国农业出版社

茶叶 经济学管理学

杨江帆 管 曦 编著

——中国农业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

茶叶经营管理学/杨江帆, 管曦编著. —北京: 中国农业出版社, 2003.12

ISBN 7-109-08730-1

I. 茶... II. ①杨...②管... III. 茶叶-饮料作物-经营管理 IV. F307.12

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 113399 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)

(邮政编码 100026)

出版人: 傅玉祥

责任编辑 王琦琰

中国农业出版社印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行

2004 年 1 月第 1 版 2004 年 1 月北京第 1 次印刷

开本: 850mm×1168mm 1/32 印张: 12.25

字数: 302 千字 印数: 1-1 500 册

定价: 26.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

序 言

《茶叶经济管理学》是研究茶叶经济管理的一门应用科学，有理论，又有实践，既是茶学体系的创新，又丰富和完善了茶学体系。《茶叶经济管理学》的诞生，具有现实意义和深远意义。中国茶业经济发展正处于重要的机遇期，学习茶叶经济管理学，既可培养和提高茶学人才的茶叶经济管理学知识水平，又会对茶业经济持续发展起到积极的作用。

《茶叶经济管理学》借鉴吸收了经济学、管理学、系统学、生态学、社会学、市场学等学科的理论和研究方法，围绕茶叶产业、茶业结构和茶叶市场，以茶业经济效益为中心，基本形成学科体系。主要内容包括茶业经济与管理方面的市场分析与开拓，资金筹集与运作，人力资源与开发，科技进步与举措，成本控制与核算，茶叶标准化与内涵，绿色食品茶的要求与发展，茶业经营与管理，茶业结构调整与举措，茶业产业化内涵与推进对策，综合服务体系建设和发展，茶叶营销与策略，茶叶包装与效益提升，茶叶品牌战略与实施，茶产业发展战略与主要内容，茶叶国际化经营与战略，茶叶竞争

力与竞争策略,茶业信息化与建设,特种茶和特色经济,茶叶企业形象设计与战略实施,茶业持续发展与战略,茶文化与经济效益,茶叶区域经济、茶业会展经济等等。通过实施科学管理,以实现茶叶资源的优化配置,加快茶业结构调整,推进多种经济成分的发展,进一步开发和完善茶叶市场,积极实施西部大开发战略,抓住加入世贸组织迎来的发展机遇,促进更多企业和产品走向海外,推进茶业实现可持续发展。

从历史到现代,茶业经济与国民经济直接相关。改革开放以来,茶业经济发展深刻变化,茶业经济管理水平有了明显提高,主要表现在茶园面积扩大,茶叶产量增加,名优茶大发展,茶叶市场不断增多,茶叶消费水平提高,茶叶出口不断创新高。2001年全国茶园面积114.67万公顷,较1978年增长9.4%,年均增长0.3%;茶叶产量70.10万吨,增长161.79%;名优茶产量15.05万吨,占总产量的22.46%。产值近60亿元,占茶叶总产值的60%。与1984年相比,名优茶产量、产值分别增长22.48倍和27.17倍。2002年全国茶园、产量、名优茶继续增长,其中茶叶产量74万吨,较上年增长5.4%。24年茶业经济发展实绩表明,茶叶是有效益的产业,对农业、农村经济发展具有重要作用。有相当多的农民致富还要靠茶业。茶业是优势产业,也是农村经济的一大支柱产业。加快茶业经济发展,是优化农业农村经济结构的需要,也是改善生态环境、促进农业可持续发展的需要。《茶叶经济管理学》是一门具有研究的针对性、应用的广泛性,宏观经济管理和微观经济管理相结合的综合性学科,对改革开放24

年来，中国茶业经济结构调整发展，都作了理论与实际的阐述。

随着全国建设小康社会和全国经济健康、持续、快速发展，茶保健功能更显重要，茶文化更加兴旺，茶之旅更成为热点，茶休闲更加显著，饮茶的人增多，茶叶消费量增长，茶叶消费主体、消费茶类和消费方式将发生新的变化。党的十六大后，茶业经济重要性进一步提高，与全面建设小康紧密相连；政府支持和投资，颁发政策和措施；主要茶区提出茶业发展规划，具体引导茶业发展；茶业将成为区域经济重要组成部分，纳入发展规划；在所有茶区减免茶叶税赋，真正减轻茶农负担；在稳定家庭承包经营制度的基础上，允许茶园土地权合理流动；推进西部大开发，促进茶业区域经济协调发展；进一步扩大对外开放，吸引外资，实现茶业投资多元化；促进民营经济发展，成为茶业经济的重要成分。学习和研究《茶叶经济管理学》，就能够探索茶产业和茶业经济发展策略。实现茶叶经济管理，必将促进茶业现代化、市场化、信息化，加快茶农致富，有利于实现全面建设小康社会的宏伟目标。

徐永成

2003年8月5日于上海

目 录

序言

第一章 导言	1
一、茶叶经济管理学概念与特点	1
二、茶叶经济管理学的研究对象和方法	2
三、茶叶经济管理学的框架和内容	5
四、茶叶经济管理的理论推进及发展方向	11
实例 1 闽西茶叶何时成“茶业”?	13
实例 2 中小湘茶企业进退两难	15
第二章 茶叶市场及其经营理念	18
一、茶叶市场的基本概念	18
二、茶叶市场结构与特征	22
三、茶叶市场产销分析	24
四、茶叶市场的经营理念	26
实例 1 太原茶叶市场亟待整顿	28
实例 2 茶叶生产拓展方兴未艾	29
第三章 茶叶资金筹集与运用	32
一、茶叶资金的重要性	32

二、茶叶资金的筹集	34
三、茶叶资金的运用	36
四、茶业投资的决策	38
五、对茶叶资金存在问题的现实思考	39
实例 我国财政支持农业的政策重点	42
第四章 茶叶人力资源管理与开发	45
一、茶叶人力资源开发的意义	45
二、竞争优势和茶叶人力资源的关系	47
三、茶叶产业人力资源配置与开发	51
四、茶叶产业人力资源管理与开发	52
实例 培育稀缺人才 造福茶产业	55
第五章 茶叶科技进步	59
一、茶叶科技进步概述	59
二、茶叶科技进步的具体内容	61
三、茶叶科技发展的趋势	63
四、茶叶科技进步面临的问题及其对策思路	65
实例 新技术让茶饮料再上台阶	69
第六章 茶叶产业信息化	71
一、茶叶产业信息化的概念	71
二、茶叶产业信息化的内容	73
三、茶叶产业信息化的实施	75
四、茶叶产业信息化的问题及其对策	76
实例 中国茶业要走向电子商务时代	79
第七章 茶叶项目投资可行性研究	82
一、茶叶项目投资	82

二、茶叶项目投资的管理	84
三、茶叶项目可行性研究	86
四、茶叶项目可行性研究的步骤	88
五、茶叶项目可行性研究的方法	89
实例 福建省惠安县 2002 年国家农业综合开发 农业现代化示范项目可行性研究报告	92
第八章 茶叶成本控制	96
一、茶叶成本概念	96
二、茶叶成本的核算方法	98
三、茶叶成本控制	100
四、茶叶成本管理的宏观思考	102
五、茶叶成本管理的微观对策	104
实例 茶叶市场将引入拍卖制	105
第九章 茶叶标准化	107
一、茶叶标准化是茶叶发展的必由之路	107
二、茶叶标准化的内涵	108
三、茶叶标准化的主要内容	111
四、茶叶标准化存在的问题	113
五、茶叶标准化的操作运程	115
实例 1 余姚名茶“瀑布仙茗”迅速崛起的 启示	117
实例 2 径山名茶标准化管理措施及成效	121
第十章 绿色食品茶的建设	126
一、绿色壁垒和绿色食品茶	126
二、绿色食品茶的概念及其发展意义	128
三、绿色食品茶的生产及经营技术	130

四、绿色食品茶的现状与进展	132
五、绿色食品茶推广及其发展战略选择	133
实例 1 加强宣传 让有机茶走近消费者	135
实例 2 中国茶出口遭遇“绿色壁垒”	136
第十一章 茶叶生物经济	139
一、生物经济的相关概念	139
二、生物经济的法则	141
三、生物经济与茶叶产业	142
四、发展茶叶生物经济的原则	145
五、未来茶叶生物经济的发展方向	146
实例 生物防治茶叶虫害效果好	147
第十二章 茶叶产业的经营与管理	148
一、茶叶经营与管理的涵义	148
二、茶叶经营的特点和方式	150
三、茶叶管理的特点和方式	152
四、存在问题与改革趋势	155
实例 1 茶园餐饮：盛夏新亮点	156
实例 2 中国“祁红”为何不红	158
第十三章 茶叶产业结构调整	160
一、茶叶产业结构的概念	160
二、茶叶产业结构的优化	162
三、茶叶产业结构的调整举措	164
四、茶叶产业结构调整的政策措施	165
五、茶叶产业结构调整应注意的 问题	167
实例 云南春茶产量稳定产销两旺	168

第十四章 茶叶产业化及其推进战略	170
一、茶叶产业化的战略背景	170
二、茶叶产业化的内涵及其经济实质	173
三、茶叶产业化的内容与任务	175
四、茶叶产业化的推进对策	177
五、实现茶叶产业化应注意的问题	178
实例 1 专业化合作化加速新昌茶业发展	179
实例 2 安溪实施“茶业产业化推进工程”	180
第十五章 茶叶综合服务体系建设	182
一、茶叶综合服务体系的相关概念	182
二、茶叶综合服务体系建设的内容	184
三、茶叶综合服务体系建设的的发展趋势	187
四、茶叶综合服务体系建设的问题	189
实例 我国茶业服务体系现状分析	189
第十六章 茶业会展经济	191
一、茶业会展经济的相关概念	191
二、茶业会展的形式与特点	193
三、我国茶业会展存在的问题	195
四、我国茶业会展业发展的策略	197
五、茶业会展业的发展趋势	198
实例 1 云南通过交易会发展无污染茶叶	199
实例 2 广州打造中国茶市航母	200
第十七章 茶叶营销与策略	203
一、茶叶营销与策略的作用	203
二、国内茶叶市场的营销	205

三、国际茶叶市场的营销	206
四、茶叶营销的策略	208
五、茶叶营销需要注意的问题	211
实例 1 揭开同源野藤茶热销之谜	212
实例 2 营销得法 茶饮料风行日本	213
第十八章 茶叶国际化经营	215
一、茶叶国际化经营的政策环境	215
二、茶叶国际化经营的主要模式	217
三、茶叶国际化经营面临的问题	218
四、茶叶国际化经营的相关战略	220
五、茶叶国际化经营的操作思路	222
六、茶叶国际化经营的关键所在	224
实例 1 乌龙茶畅销日本的启示	225
实例 2 外国同行眼中的中国茶业	226
第十九章 茶叶包装与效益提升	229
一、茶叶包装的经济意义	229
二、茶叶包装的特点及技术要求	231
三、茶叶包装的设计策略	234
四、茶叶包装需要注意的问题	236
实例 茶饮料市场两强争雄 茶饮料包装正呈现 多样化趋势	237
第二十章 茶叶品牌战略及其塑造	239
一、茶叶品牌的概念与特点	239
二、茶叶进入品牌竞争的时代	240
三、茶叶品牌的重要性与作用	241
四、茶叶品牌战略的实施与途径	243

五、茶叶品牌的培育与维护	245
实例 1 天方茶业品牌营销战略	246
实例 2 我国凉茶业进入品牌时代	248
第二十一章 WTO 与中国茶叶	251
一、WTO 的基本准则	251
二、WTO 框架下的中国茶叶	253
三、应对 WTO 的中国茶叶策略	255
四、WTO 形势下茶叶产业的调整与改革	257
实例 抓住机遇 发展四川茶叶经济	259
第二十二章 茶叶产业发展战略	262
一、茶叶发展战略的相关概念	262
二、茶叶发展战略的原则和目标	263
三、茶叶发展战略的制定	265
四、茶叶发展战略的主要内容	267
五、茶叶发展战略的相关问题	269
实例 坚持跨越发展战略 促进茶产业化经营	270
第二十三章 茶叶竞争力与竞争策略	274
一、什么是茶叶竞争力	274
二、竞争力和茶叶竞争力的分析	279
三、影响茶叶竞争力的因素	281
四、提升茶叶竞争力的战略	283
五、茶叶竞争力的提升对策	284
实例 农业部提出我国茶叶工作着力抓好四个重点	287
第二十四章 茶叶的可持续发展	289
一、茶叶实施可持续发展及其意义	289

二、茶叶可持续发展的目标和内容	292
三、茶叶可持续发展的科技支撑体系	293
四、茶叶实施可持续发展战略的对策措施	295
五、茶叶可持续发展若干问题的探讨	296
实例 关于宜昌茶业可持续发展之路	297
第二十五章 茶叶区域经济合作	299
一、茶叶区域经济合作的必要性	299
二、茶叶区域经济合作的形式	300
三、茶叶区域经济合作的组织	301
四、茶叶区域经济合作的对策	303
五、两岸茶叶的交流与合作	304
实例 1 茶香溢乡情	308
实例 2 “天福茶庄”的启示 ——海峡两岸经贸交流可“双赢”	309
第二十六章 西部大开发与茶业经济	311
一、西部大开发与茶叶	311
二、西部茶叶开发的形式与特点	313
三、西部茶叶开发的原则	315
四、西部茶叶的发展策略	316
五、西部茶叶开发中应注意的问题	318
实例 黔茶何时自来香	319
第二十七章 茶叶经济管理创新	321
一、茶叶经济管理创新的背景	321
二、茶叶经济管理创新的内容	323
三、茶叶经济管理创新应遵循的原则	326
四、茶叶经济管理创新的未来走向	328

实例 专家指出：中华茶业需要新模式	329
第二十八章 特种茶与特色经济	333
一、特种茶的含义与类型	333
二、特种茶的经济效益	334
三、发挥特种茶的优势	336
四、特种茶的发展和创新	338
五、特种茶的拓展思路	340
实例 我国特种茶出口前景广阔	341
第二十九章 茶文化与经济效益	343
一、茶文化的概念与意义	343
二、茶文化与经济的关系	345
三、茶文化的弘扬与培育	346
四、茶文化发展的思路拓新	348
五、茶文化发展中应当注意的问题	351
实例 安然精心打造“徽茶”文化	352
第三十章 茶叶企业形象战略	353
一、企业形象的相关概念	353
二、企业形象战略	356
三、企业形象战略的具体内容	358
四、企业形象战略实施中存在的问题	361
实例 太阳神企业形象战略	362
后记	365
参考文献	367

第一章 导 言

一、茶叶经济管理学的概念与特点

(一) 茶叶经济管理概念

茶叶经济管理学是以经济管理学为理论基础，围绕着经济效益这个中心，吸收借鉴经济学、管理学、系统学、生态学、社会学、市场学等学科的理论和研究方法所建立起来的一门应用科学和综合性的学科。它主要研究茶叶经济发展及其规律，包括茶叶生产部门和茶叶产业中的生产、交换、分配和消费等经济活动规律和经济关系。它以茶叶企业、茶叶市场和茶叶产业三者为研究对象，以经济效益为中心，研究如何通过实施合理的管理以达到茶叶资源的最优化配置，使茶叶企业获得最大的经济效益，使茶叶市场结构进一步优化，使茶叶产业实现可持续发展。

(二) 茶叶经济管理特点

由于茶叶产业不同于一般的农业，具有自身的特点，因而茶叶经济管理学也具有独特的特征。

1. 茶叶经济管理学研究针对性强 它的研究主要是揭示茶叶生产关系发展运动和生产力诸要素的合理组合和开发利用的经济规律，并利用这些规律解决茶叶产业经济领域内存在的种种问题，所以它的研究不能离开茶业经济，具有鲜明的针对性。

2. 茶叶经济管理学应用性广泛 茶叶经济管理学是一门应用科学，它的最终目标是通过研究实现茶叶资源的合理有效配置，而它所揭示出的规律和阐明的原理则可以成为政府制定政策和计划的科学依据，为茶叶经济的发展做出贡献。

3. 由于研究对象的不同, 茶叶经济管理理论是不能被宏观经济管理或微观经济管理理论所代替的, 而是宏观经济管理和微观经济管理理论在应用方面的补充。茶叶经济管理宏观方面主要研究国家管理部门如何通过政策调整来加强对茶叶部门的管理和调控, 其微观方面则研究茶叶企业内部的经营管理, 茶叶经济管理学实现了二者的有机结合。

4. 茶叶经济管理学是门综合性学科, 吸收借鉴了多种学科中的精华。如在市场结构的分析中要用到市场学的相关理论, 在企业行为中则要用到人力资源管理学实现人力资源的合理配置, 在营销中要结合营销学来确定产品组合和分析营销市场。此外, 茶叶经济管理学中还要用到的定量分析方法、调查研究方法、经济模型的建立也都离不开其他学科的支持。

5. 茶叶是处于发展中的产业, 生产周期长, 导致生产中自然风险和市场风险较大, 是个风险性产业, 这使得茶叶产业对资金的吸引能力较弱。所以茶叶经济管理学研究中不仅要强调资源的使用效率, 更重要的是要在当前的市场结构下, 加强茶叶产业吸收资金的能力。

二、茶叶经济管理学的研究对象和方法

(一) 茶叶经济管理研究的指导思想

我国社会主义市场经济的发展, 改革开放的推进, 理论与制度的创新, 为茶叶经济管理学的研究和应用创造了极为有利的条件。

茶叶经济管理学研究, 必须适应我国社会主义市场经济的需要, 适应茶叶经济发展的需要, 以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导, 以辩证唯物论主义的基本原理为根本方法, 贯彻理论联系实际的原则, 注重调查研究, 开展案例分析, 探讨发展规律。既要吸收借鉴, 又要创新