

《《中国青砖茶》》

图书基本信息

书名：《《中国青砖茶》》

13位ISBN编号：9787535283071

出版时间：2015-11

作者：胡四斌编著

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《《中国青砖茶》》

内容概要

胡四斌编著的这本《中国青砖茶》从历史文化、功能特性、发展愿景等角度深入阐释了青砖茶作为中国黑茶三宝之一的由来，并站在产业布局的高度，从种植基地、加工制造、研发创新、展示商贸、文化体验、品牌定位、产业集群全产业链条出发，探索中国青砖茶做大做强走向世界的强盛之路。

胡四斌编著的这本《中国青砖茶》致力于在浩如烟海的茶文化典籍中探寻青砖茶的踪迹，倾心于在史籍、方志、笔记、杂考和民间传说中搜索青砖茶的茶事、茶法、茶史，探索于努力发展青砖茶，特别是努力发展湖北赤壁青砖茶的新理念、新路径、新模式和市场空间。这本书注重史实、特色鲜明、内容丰富、结构严谨、观念新颖，具有很强的史料性、可读性、感悟性和可操作性。

《《中国青砖茶》》

作者简介

胡四斌，三亿中国青砖茶之都、湖北妙语茶香全国连锁有限公司、湖北陆大吉茶多酚饮料有限公司、胡大哥茶多酚健康食品有限公司董事长，陆圣康源科技开发有限责任公司董事兼总经理。致力于推动中国青砖茶成为与云南普洱、湖南黑茶齐名的“中国黑茶三宝”。目前倾力打造全球最大的青砖茶产业综合体——三亿中国青砖茶之都，集青砖茶的研发、总部办公、检测检验中心、商贸物流中心、电商中心、展览展示中心、青砖茶博物馆于一体；正以湖北妙语茶香全国连锁有限公司为主体，在全球布局一万家青砖茶实体销售连锁店；以湖北陆大吉茶多酚饮料有限公司为主体，让茶多酚健康饮料造福国民与各国消费者。

书籍目录

第一章 中国茶叶概述

第一节 茶史溯源

- 一、神农说
- 二、达摩禅定
- 三、西周说
- 四、春秋说
- 五、秦汉说

第二节 茶叶的功能及分类

- 一、茶叶的主要成分
- 二、茶叶的主要功能
- 三、茶叶的主要分类

第三节 茶马古道

- 一、茶马古道历史渊源
- 二、茶马古道的历史内涵
- 三、茶马古道的作用
- 四、茶在国外的传播

第四节 茶、可乐及酒等饮料市场概况

- 一、饮料产业的发展
- 二、饮料的基本分类

第二章 中国黑茶三宝

第一节 黑茶的历史

- 一、湖南黑茶
- 二、云南普洱茶
- 三、四川边茶
- 四、广西六堡散茶
- 五、湖北青砖茶

第二节 发酵茶的主要种类及产地

- 一、湖南安化黑茶
- 二、云南普洱茶
- 三、湖北青砖茶

第三节 黑茶的品质特征及功效

- 一、黑茶的主要品质特征
- 二、黑茶的主要功效

第四节 黑茶的消费市场变迁

- 一、边销
- 二、内销
- 三、外销

第三章 赤壁青砖茶

第一节 青砖茶产地

- 一、自然环境
- 二、主要产地

第二节 青砖茶的特点

- 一、品质规格
- 二、茶香、味道及汤色
- 三、青砖茶分类
- 四、制作工艺
- 五、存储方法

六、青砖茶的饮用

第三节 青砖茶的功效

一、青砖茶的主要品质成分

二、青砖茶的保健功效

三、饮用青砖茶注意事项

第四节 青砖茶商业特性

一、品质特征

二、价格策略

三、青砖茶的销售现状

四、消费群体

五、青砖茶发展困境

第四章 中国青砖茶辉煌历史

第一节 中国青砖茶历史渊源

一、黑茶

二、湖北青砖茶溯源

第二节 中国青砖茶文化

一、相关著作

二、茶文化特性

三、洞茶文化

第三节 万里青砖茶古道

一、茶马古道

二、欧亚万里茶叶之路

三、羊楼洞——俄罗斯茶叶之路

四、万里青砖茶古道未来前景

第四节 中国青砖茶品牌演进

一、“长盛川”青砖茶

二、羊楼洞青砖茶

三、青砖茶代表性企业

四、中国青砖茶品牌的复兴

第五章 中国青砖茶产业发展现状及机遇

第一节 中国青砖茶产业现状

一、种植现状

二、加工现状

三、市场现状

四、发展优势

第二节 生产加工标准化建设

一、青砖茶生产加工标准化建设现状

二、青砖茶生产加工标准化建设的意义

第三节 品牌创建

一、品牌定位

二、品牌营销

第四节 仓储物流体系

一、仓储条件难以满足产品要求

二、流通渠道不畅、物流技术水平低

三、流通信息化水平低下

四、现代专业化物流公司缺失

五、物流仓储配套设施不足

第五节 深度综合开发

一、横向开发能力不足

二、纵向开发能力欠缺

第六章 突出重围：打造中国青砖茶产业集群

第一节 创建全新的青砖茶组织模式

一、“公司+农户”模式

二、“协会+农户”模式

三、“合作社+农户”模式

四、“企业+基地+茶农”模式

第二节 推进青砖茶标准化建设

一、标准化建设的重要意义

二、青砖茶标准化建设战略构想

第三节 打造“中国青砖茶”主导品牌

一、品牌定位

二、产品定位

三、品牌文化定位

四、品牌形象塑造

五、品牌宣传

第四节 加速物质产业链和文化消费链的融合

一、延长物质产业链

二、拓宽文化消费产业链

三、产业链融合

第五节 构筑专业茶仓的新型商业模式

第七章 中国青砖茶市场致胜之道

第一节 全新的营销思维——“互联网+”致胜

一、三亿茶都的营销思维

第二节 加大青砖茶产品深加工的力度

一、农产品深加工程度决定其产业发展

二、普洱茶深加工举措

三、茶多酚提取——青砖茶产业提升之路

第三节 品牌致胜：中国青砖茶领军品牌——万国川

一、万国川品牌建设规划

二、万国川品牌定位

三、万国川品牌推广

第四节 实体体验店致胜——妙语茶香

一、实体体验店

二、福建茶企改变传统营销模式，实现线上线下融合

三、青砖实体体验店构想

第五节 文化致胜

一、节会文化

二、名人文化

三、博物馆、展览馆文化

四、媒体宣传

五、茶文化旅游

第六节 资本运作致胜

一、建立健全完善的企业资本运作管理制度

二、加强企业的资本运作监督机制

三、重视企业的人才引进工作

第八章 品牌农业发展案例

第一节 云南普洱

一、品种特征

二、抢占市场先机

三、通过产业集群发挥品牌效应

四、积淀深厚茶文化

五、宣传普洱保健养生功能

第二节 安化黑茶

第三节 立顿茶饮料

一、产品创新

二、营销创新

第四节 日本汉方

附录：湖北知名青砖茶企业一览

一、湖北省赵李桥茶厂有限责任公司

二、羊楼洞茶业股份有限公司

三、成宁市柏庄茶业有限公司（成宁市柏墩生姓川砖茶厂）

四、洞庄茶叶有限公司

五、湖北省赤壁市思庄茶业有限公司

六、湖北赵李桥锦合茶叶有限公司

七、武汉黄鹤楼茶叶有限公司

参考文献

《《中国青砖茶》》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu111.com