# 2024中国茶产业投融资洽谈会安溪举办

来源：网络 作者：醉人清风 更新时间：2024-09-22

*第一篇：2024中国茶产业投融资洽谈会安溪举办2024中国茶产业投融资洽谈会安溪举办新闻稿第三届中国茶都安溪国际茶业博览会将于10月10日盛大开幕，作为本届茶博会首次重点特设、同期举办“2024中国茶产业融资洽谈会”，借助茶博会平台，进行...*

**第一篇：2024中国茶产业投融资洽谈会安溪举办**

2024中国茶产业投融资洽谈会安溪举办

新闻稿

第三届中国茶都安溪国际茶业博览会将于10月10日盛大开幕，作为本届茶博会首次重点特设、同期举办“2024中国茶产业融资洽谈会”，借助茶博会平台，进行资金与项目对接，为壮大茶产业发展搭建茶产业与金融业的交流和对接平台，解决茶企在发展过程中资金限制的困扰，为中国茶业产业跨越式发展做出贡献。

投融资专家献良策，共赴茶产业发展论坛

2024中国茶产业投融资洽谈会重点议程是：茶产业投融资论坛和高层对话。本次投洽会特邀到合君咨询集团的蒋同先生，为我们做“中国茶产业的发展趋势及战略选择”主题演讲。和君咨询集团被业界公认为茶产业咨询+资本第一军团，集团合伙人蒋同先生在中国最早专注于茶的商业化研究和咨询实践,在“品牌营销、产业整合、资本运作”方面对中国茶产业形成了深入而持久的影响，长期担任茶企和地方政府的顾问。蒋同先生在2024年推动了中国首个茶产业重组案例“川红集团”，在2024年参与推动了江西“宁红集团”的重组，2024年参与推动“英红集团”的重组。本次投洽会还邀请到民生银行茶行业金融中心的专家做小微企业融资专题演讲，同时还邀请到五十多家茶企负责人现场高层对话，共同为破解茶产业发展过程中遇到的资金瓶颈问题献谋献策。

投资机构各路云集，关注茶行业潜力项目

我国茶产业在其他领域飞速发展背景下，迎来了高速发展的黄金

时期，并且也显示了巨大的市场潜力，成为了投资者偏爱的领域。本次投洽会筹备组征集到来自全国的近百个项目，重点推荐了安溪茶产业城市商业合作社、名茶小镇、山格淮山、乐百吉、谢师茶等三十个较具投资价值的茶产业好项目。本次投洽会同时也邀请到了福建省创业投资协会、江苏省创业投资协会、深圳创新投资、鸿程控股集团、昆吾九鼎投资、亚通创新集团、华兴创业投资、厦门七匹狼创业投资、厦门火炬集团创业投资、同方创业投资、红桥创业投资、无锡创投集团、江苏九洲创业投资、江苏高科技投资集团、南京创业投资等二十多家创业投资机构到会参加，共同关注、对接洽谈和考察投资组委会推荐的好项目，立足安溪，面向全国，搭建茶产业和金融业的投融资平台。

金融单位积极介入，助推茶产业企业发展

中国工商银行、中国建设银行、中国民生银行积极介入协办支持本次投洽会，特别是民生银行于今年6月28日在厦门设立茶业金融中心，将通过全产业链开发、产业专业化服务支持、产业资金发展联动机制“三大开发策略”，全面提升茶产业金融服务水平，使民生银行成为中国茶产业金融服务的核心供应商。民生银行本次助力支持本次投洽会，携手安溪县茶叶协会现场授牌成立安溪茶产业城市商业合作社，成为本次投洽会最大的签约项目，计划授信5个亿资金，首期授信现场签约一个亿给50家安溪茶产业企业，鼎力支持中国茶产业快速发展！

八方搭台共襄盛会，助力投洽会成功举办

本次投洽会由福建省人民政府福建省人民政府、中国茶叶流通协会、海峡两岸茶业交流协会、中国茶文化国际交流协会、中国晚报工作者协会主办，泉州市人民政府、福建省农业厅、福建农林大学、福建省创业投资协会、泉州伟安商贸有限公司协办，安溪县人民政府、茶博汇投资有限公司、茶多网共同承办，由《安溪铁观音》编辑部全程策划执行，得到了工商银行、建设银行、民生银行、恒安集团“心相印”、通海汽车、国台酒、乐百吉、养生枣世界、法国路易卡丹酒庄、儒家谢师茶等知名企业踊跃赞助支持本次大会，确保了大会圆满顺利举办，他们也纷纷表示愿意携手茶企业共同发展，比如路易卡丹打出“卖茶也卖酒”的口号，打造合作共赢的战略合作模式，同时也将增加茶企业的赢利点。

近几年我国茶叶行业产业升级和经济转型的关键时期，2024中国茶产业投融资合作洽谈会特别关注茶产业发展现实状况，立足推动整个产业发展，帮助企业解决瓶颈问题，借助安溪的地缘以及资本优势，发挥产业平台的辐射作用，将人们息息相关的茶文化这个巨大的“引擎”，带动安溪茶产业，带动中国茶产业发展，撬动茶产业财富的杠杆。

**第二篇：中国茶产业市场研究报告[推荐]**

中国茶产业市场研究报告

2024年07月27日 08:08来源：中国食品产业网

当前，在茶文化热、有机茶热、保健茶热、名优茶兴起等多重因素下，茶叶的传统区域性消费习惯正在走向分解，取而代之的是更为现代的、多元化的茶叶消费趋势。自去年以来，福建乌龙茶、云南马帮普洱茶先后千里进京献茶，均引起了较大的影响。这表明，中国茶业正面临着从传统走向现代的发展历程.从传统走向现代

中国茶业要加大名茶转化为名牌的工作力度，关键是增强知识产权意识和品牌意识，尽快形成中国茶业的名茶、名乡、名牌完整的品牌系列。去年，浙江省农业厅在北京宣武区的马连道茶城向首都消费者推介浙江名优绿茶。在这次集体推介中，西湖龙井、安吉白茶、松阳银猴等浙江省十大名茶全都在内，羊岩勾青、长兴紫笋茶等浙江众多名优绿茶也都一起前往。为了顺利落实此事，3月中旬，浙江省农业厅还特别邀请了北京市宣武区区长到杭州，商谈浙江茶叶进京事宜。自去年以来，福建乌龙茶、云南马帮普洱茶先后千里进京献茶，均引起了较大的影响。种种迹象表明，中国茶业正面临着从传统走向现代的一个新的发展阶段。

从“单一”走向“多元”

通过对北京、上海、广州、成都等大中城市的调查发现，一个显著的变化是，在茶文化热、有机茶热、保健茶热、名优茶兴起等多重因素下，茶叶的传统区域性消费习惯正在走向分解，取而代之的是更为现代的、多元化的茶叶消费趋势。

以北方地区为例，在以北京为中心的北方茶市，以往一提起茶，大伙首先想到的就是花茶。事实上，在很长一段时期内，花茶的消费一直占据着北方茶叶消费份额的90%以上。而现在，这个比重已下降到不足60%，绿茶、乌龙茶、普洱茶等迅速成为北方地区的消费新宠，增长势头迅猛。尤其是绿茶，近几年的增长速度一直超过20%。

与此同时，名优茶的发展也呈跳跃式发展。据统计，在20年前，国内名优茶的市场总容量不过万吨，而现在，名优茶的市场销量已超过20万吨。业内人士指出，包括龙井、武夷岩茶、安溪铁观音、洞庭碧螺春、黄山毛峰等在内，在2024年前后通过国家原产地保护的名优茶，因每年产量有限，在未来几年内，将出现供不应求的局面。

有机茶热成为近几年茶消费的一个热点。近些年来，有机茶成为大众茶消费中的新宠。最先打出“有机”概念的“更香茶叶”成为该领域的一道风景。据悉，“更香茶叶”目前销售收入额已超亿元，在北京及周边地区拥有近50家连锁店。在日前揭晓的2024中国最具影响力品牌中，更香有机茶与卡夫食品、蒙牛、茅台酒、EMS等九大国内外知名品牌一起当选。

另外，功能性保健茶也成为茶消费的新趋势。在北京的几家超市和茶叶连锁店，各种花样的保健茶都占据显赫的位置。销售人员介绍，青睐这些保健茶的大多为时尚女性和中老年顾客，主要目的很明确，要么美容润颜，要么强身健体，销售势头很不错。专家指出，新兴的保健茶在保持传统茶香的基础上，还根据不同的消费需求，加入了诸如玫瑰、金银花、决明子等保健中药材，满足了相当一部分消费群体的要求，具有较高的附加值。

从“名茶”走向“名牌”

我国有众多名茶，但名茶并不等于名牌，茶业强势品牌的缺失已成为我国茶行业发展的障碍。关键是增强知识产权意识和品牌意识，尽快形成中国茶业的名茶、名乡、名牌完整的品牌系列。

据悉，在浙江省内较有影响的龙井茶确实为数不少，比如狮峰龙井、大佛龙井、龙冠龙井、卢正浩龙井等等，而其他各类牌号的龙井也有数十种之多。为了维护自身品牌，各家在营销上都颇下功夫。中国农业科学院茶叶研究所下属的杭州龙冠实业公司是“龙冠”西湖龙井的拥有方，公司总经理姜爱芹副研究员坦言：为了让消费者明白、放心地消费，“龙冠”的做法是在继续强化“龙冠”这一大品牌的基础上，同时推出注明原产地的系列品牌产品，如龙冠西湖龙井、龙冠钱塘龙井等，以满足消费者。

从“小国”走向“大国”

中国是茶叶的故乡，但现在还不是“饮茶大国”，还有很多国人不经常饮茶。尽管在过去的20年时间里，我国人均茶叶消费量增加了近3倍，但现在，我国人均年茶叶消费量仅为0.4千克，还不到世界人均0.5千克的消费水平。这也说明，我国的茶叶消费市场蕴涵着无限商机。这也是为什么我们把茶产业称为21世纪最有发展前途产业的原因之一.我国目前有净饮茶人口2.6亿，他们的年人均消费量为1.54千克，如果每人每天沏茶增至3杯，那么年人均消费量将达到3.28千克。国内饮茶人口每增加1%，消费量即可增加4万吨；如果饮茶人口达到50%的话，茶叶消费量将达到200万吨。抛开国际市场不算，光国内的茶叶消费也将形成一个潜力巨大的市场.从“饮料”走向“文化”

近些年，包括旭日升、娃哈哈、康师傅、统一、三得利等在内的知名品牌纷纷涉足茶饮料市场，可口可乐、雀巢等一批外资饮料巨头也先后进入茶饮行业。据悉，茶饮料市场正以每年10%以上的速度递增，以简捷、方便的特点吸引了一批消费者，同时也为我国中、低档茶叶找到了一条出路。不过，专家指出，茶饮料业还需要不断加以创新，提高自身的科技含量。

如今的茶叶早已走出了单纯农作物的范畴，已经形成一个横贯一、二、三产业的庞大产业链。茶叶景区旅游、茶文化交流以及各种以茶为主题的博览会、文化节等，都将成为未来茶业发展的新亮点。2024年北京奥运会的到来，中国的茶文化和茶礼仪必将得到广泛传播。

**第三篇：中国茶产业现状调查之一**

中国茶产业现状调查之一

从第一部专著《茶经》到中华茶文化，茶叶的故乡，是不是预示茶业历久不衰？茶叶从远古的蒸青饼茶发展到现今的形态各异茶制品，从药用、食用到“国饮”，从田间地头到走出国门，究竟发生了哪些变化？《中国茶产业现状调查》，将以“入世”为比照，从提升茶科技，促进茶产业，弘扬茶文化，做好茶贸易等层面，把中国茶产业贯穿在技术、经济、文化、思维、观念上的碰撞展示给大家。

一只沾满茶叶的手在大锅里搅拌、烘烤，大锅里滚动着茶叶，茶叶在不温不火的炭火下散发着清香。历史悠久的中国茶，生产方式落后，开发能力不强，这是我的印象。可参展的茶商不同意这种看法。

“我的茶，科技含量高哟。”“我家产茶的机器是现代化的嘛。”茶公卖茶，自卖自夸。

可展板上标注着那么多厂家，字里行间、图片图画，几乎满篇的“科技”。再看展厅一溜排开的筐子篓子里的上百种茶叶，怎么也和“科技”连接不上，但我能联想烟熏火燎的作坊。科技？哈哈。

要不要把你的眼镜摘下来？我从来不戴眼镜！

那你有没有„„

哦，明白了。不戴眼镜的眼睛终于看到了主角，主角就是“茶科技”。它在5月16日的“中国（芜湖）国际茶业博览会”上表演得很充分。像茶产业、茶制品、茶饮料，就连优质茶评比、“百万江淮青年振兴中华茶业经济世纪行”宣传签名这样的活动，也跟着主角唱。再看“茶科技”、“茶市长”、“茶企业”、“茶经贸”4个论坛，“茶科技”绝对唱头牌。

茶产业春天远吗

走马云南，路过普耳茶的故乡，在一农家歇脚，那家女人热情的不得了。可就是不给端茶。见我狐疑状，她笑道：“不请你们喝茶，我们也不喝。我们的茶园子打了农药的”。就这么赤裸裸地说了出来。我为先前的“海”喝后怕不已。

茶叶免不了打药，问题出在农药残留是否超标。为把农残减到最小，江西农业龙头企业德宇公司用生物技术处理茶叶农残和茶叶保鲜。这家企业的蒋老板对此不免愤愤：“茶叶中农残存在不假，但并不像一些报纸说得那么邪乎，什么喝茶就等于喝农药啦，这不明摆着帮外国人的忙？”这样的事确也发生过，商检公布农药残留，出口的茶叶遭到退货。老外说，不

检也罢，你们的报纸都说了。蒋老板感慨道，“订单农业，企业连着千万家啊。”

风险，这就是风险。风险怎么规避？农业部合作经济司的鞠副处长说得简单，“就用科技”。

农业应对入世，科技就是杀手锏。

芜湖一家企业从德国引进了大容量超临界二氧化碳萃取茶业咖啡因和脱农残设备；最时髦的是众多茶企业和高校、科技院所形成的合作风气。

《红楼梦》里提到的“六安瓜片”是专供才子佳人喝的贡品。安徽六安市方西平副市长对此得意得不行，“我们的战略就是要提高六安瓜片的技术含量。”可前几年瓜片在市场上消失了，但六安并没有心灰，六安市联姻联到了安徽农大，一起联合开发有机茶。两年下来，该市金寨县、霍山县2500亩有机茶生产试验基地顺利通过欧盟有机质量颁证机构 I MO论证。2024年开春，又迎来德国、法国、美国等近百吨的有机茶订单，六安人，真是乐开怀。

长寿村秘密

离黄山不远的安徽省石台县大山村，原始古朴。中国科技大学绿色科技中心的吕选忠、王广仪教授调查发现，这个村近50年来没有发现一例癌症。80岁

以上的老人占12％。2024年，他俩在此取土样和茶样，检测发现，大山村是罕见的富硒地质带，大山村产的茶是天然富硒茶。

硒是人体需要的微量元素，硒能防癌、抗癌、抵抗多种疾病。吕教授为此专门写了论文下月要拿到国际学术会上发表。他说，“在富硒的大山村种茶，茶叶富含天然硒元素。大山村民常年喝自家茶是长寿的原因”。富硒的大山村会用科技，大山村也给厂家带来商机。安徽天方茶叶集团把5000亩富硒有机绿茶的基地建在此，很快名声远播。

茶叶飘香香一家没什么，茶叶飘香香万家了不得。怪不得茶博会主打“茶科技”，这不仅提升了“会展经济”的科技含量，也带动了整个城市的科技进步和经济发展。芜湖市副市长吴克明说：“做大做强茶产业，中国茶的春天不会远”。

中国茶产业现状调查之二

就是戴着记者胸卡，我依然被阻挡在芜湖会展中心的门外。只认门票不认人！会不会遇上个抠门的阿巴贡？真是错怪人家徽商了，门票不要钱，门票发的是 I C卡。划卡只为计数，欢迎四海五湖人，朋友多

了好处多嘛。

进了大厅，闹得不行。万人香茗大品尝。男的女的，老的少的，俗的雅的，咸的淡的，“好茶好茶，白天客来茶当酒哇”，“又是绿风吹满堂，茶人茶事正当行啊”„„。

那一堆堆人边喝边聊，边品边笑。再一抬头，见双联横幅写道，“让芜湖走向世界，让世界了解芜湖”，“有朋自远方来，芜湖人民不亦乐乎”。我也笑了，好一个不亦乐乎，精明的徽商咋恁会摸人心思呢。

号称全国最大的茶业博览交易会，展位2500个，不算观者，十多个国家的茶商足有百十来个，一个个高头大马，用大手把茶抓起，放在鼻子前闻了又闻。负责茶展宣传的邢毅先生专门给我拿了份资料，“500多家国内企业，中外客商4万多人参展交易。四天，芜湖、峨桥两个茶市的现金交易1．38亿元人民币，合作签约外资3500万美元，内资5亿元人民币”。

看到这组数字，我心里嘀咕，芜湖是全国四大米市之一，米市因米得名，偏偏是片茶不产的米市却成了茶市，还因茶业赚了大钱，成了茶博会的东道主。这心中疑窦不仅我有，外地茶商也不少。光滑扁平的西湖龙井，在“上有天堂，下有苏杭”的摊位摆放的透明茶杯里，倒映着色翠莹黄的“身影”，有袅袅香气袭来。卷曲成螺的江苏碧螺春，白毫中透着银绿，茶碗里汪着甘醇的绿汁，看一眼也让人口中生津。

“不错不错，色绿、香郁、味醇、形美”。我越是夸奖龙井和碧螺，那杭州和宜兴的茶商心里就越发添堵。“啥么子安徽茶。记者，侬看看，阿拉龙井、碧螺春，作啥毋能同安徽茶比哪？退一步讲，安徽有黄山，有产茶大县歙县、休宁；还有山东济南茶市、福建安溪茶城，年头老早了，办茶市，作啥也摊不到芜湖哪”。

可芜湖愣是把茶市玩的个遛转，成了全国最大的茶叶销售中心，拿到茶博会的举办权。

“米市演变到茶市”，是芜湖农业产业结构的调整，米业不再是发展的主业，代之而起的是商贸和经济作物。减少了米业，但米市兴盛期的“品牌”效应依然发扬光大，100多年来芜湖商埠集市的“先锋”作用依然前卫。这叫“调控中的扬长避短”。

吴副市长把“芜湖不产茶却成茶市”的原因说成是“芜湖的地理位置”。他说：“产茶地一般在山区，很难形成茶市气候和规模，芜湖是华东水陆交通枢纽，南茶北运、西茶东运方便得很。再说，芜湖作为

茶叶集散地，消费水平不高，在这里做贸易，茶商和消费者都能接受。要是把茶市移到上海，花费可就大了”。

茶叶集散地不等于茶叶原产地，在规范化的大市场买东西，可信、放心，这是常识。一位新闻同道说得好：“除非是我亲眼所见，从龙井村那棵老茶树上摘的茶叶，并且是当场炒制直接放进包里，否则我根本不相信它是西湖龙井”。由此可见，城里人不会直接到农村买面粉，直接到草原买羊肉成了肯定，也就不用担心茶交易市场来了。

长江边的繁昌市就是一例，这里也有一个全国性的茶叶批发市场----峨桥茶市。此为交通要冲，更是兵家必争之地。1949年大军过江，繁昌首当其冲。峨桥茶市发展到现在，也就是一个不到0．6平方公里的弹丸之地，但茶的流通却直逼九百六十万平方公里。芜湖市供销社杜主任怕我说他瞎吹，把俩眼珠子瞪得多大，出语也是一本正经：“范老兄，你别小瞧峨桥。每天，到这里来做生意的平均有万把人，茶叶年交易量1600万公斤，成交额基本上都过亿元。你信不信吧，周边近3万茶叶经销商一下子给它带起来了”。

“我相信，我怎么不相信呢”。我对杜主任笑道，“前几天我就听人讲，逢到谷雨前后，新茶一上市，峨桥就人满为患的。人说，峨桥的茶价就是全国茶价的晴雨表嘛。”

话是这么说，可我还是搞不清，已然是不产茶的峨桥，茶市为什么发育得那么好。“这要追溯到明清时期”。一个与当地官员混得烂熟，又自许通晓古今茶道的市电台的女主播，一把将话茬接了过去：“峨桥早先有钟、唐、崔、吴‘四大家族’，贩茶捞了不少银子，于是就推而广之，于是，自然就越做越大。后来，在这个地方，茶生意人也就越来越多了。可像今天这么火，他们也不会想到。”

随着她的画外音，我的眼前似乎也氤氲出胡雪岩的红顶子。

我想，历史渊源是一方面，徽商的传统也别小看了。精明的徽商也是高明的现代儒商。以峨桥小茶市带动芜湖大茶市，反映出一个城市的眼光，也是当地政府提升城市品位的战略：以茶带“市”，以“市”促旅游，以旅游推动商品流通，以商品流通再带经济发展。如此循环往复，就是一个科学的商业文化圈。

中国茶产业现状调查之三

英国红茶的背后我爱喝茶。妹子戏称我“茶篓子”。适逢我“调查”回来，妹子也回国休假，她依然没有忘记我的嗜好，所赠礼物是一盒精美的英国立顿红茶。我是喝惯黄山毛峰的，一喝红的，倒觉得立顿的味道也不错。妹子说，“你搞茶叶调查，我送你一个信息，立顿红茶的原料大部分来自印度、斯里兰卡。在新西兰，我们看不到中国的红茶，更谈不上老家的‘祁红’了”。我忽然想起，在“茶科技论坛”上，有几个忧患意识特强的中国茶专家，说话带着哭腔，“中国茶叶出口，红绿茶数量比例变化大得惊人。过去，两者出口数量大致相当。现在，红茶大幅度下降”。

印度的茶业只有220年的历史，比中国晚得多，可它却成了世界第一大产茶国，2024年，印度产茶87万吨，占世界总量的30％。可它的茶园只有世界的18％。相比之下，中国茶占有44％的面积，产量只有23％。茶叶出口仅占世界总出口的11．85％。这些数据印证了妹子所言不虚！印度茶得宠，缘于很早接受了市场经济的洗礼。我们是一家一户的茶农，分散生产加工，科技含量低，初制与精制分离。而印

度生产、加工集约化程度高，技术含量高，交易流通规范，行业管理健全。工农一体，初制精制一条龙。浙江省国际茶叶商会的阮浩耕说，“去年，我在印度考察才知道，为什么英国、俄罗斯、欧盟等国家，那么认印度的茶叶。”斯里兰卡茶叶研究所的 M odder先生谈起斯里兰卡的生态茶园，种质资源库，有机茶开发和茶叶与人体健康的研究，眉飞色舞。那意思是说，我们比印度也不差嘛。祁门县离黄山不到两个时辰，那儿有老字号名牌功夫茶“祁红”。这些年一直滞销，赔本的买卖不能做，当地只能缩小“祁红”的种植面积。“祁红”的摊位在热闹的茶市上冷清了，茶商对此也不隐晦。但要说“祁红”不行，茶商一准较劲。那天，我就遇到一位。“你晓得吧，英国伦敦有一家出名的茶叶拍卖行，每年新茶上市拍卖，祁红不到，拍卖行准不开拍。”此话不假，60年代，我在当地亲眼所见，“祁红”与“屯绿”比翼双飞，红透全国。祁红的下场只是个案，大多中国红茶都由于自然条件、品种限制，卖价低、成本高，难于制成，加上国际市场的变化和农残问题，此是出口下降的主因。当然，对于红“瘦”也不能一概而论。同是红茶的安溪乌龙，却走势坚挺。安溪的一位副县长谈到这一点就像捡了金元

宝一样高兴，说是乌龙茶、铁观音对了南方一族的口味，加上制作工艺上的创新，一路飙升自在意料之中。

相比之下，绿茶比红茶幸运得多。从它占有市场62．47％份额看，一方面是应了天时、地利、品质。另方面是绿色保健在消费群中的位置。但你不能光对着绿茶的数字傻乐。中国绿茶出口是世界绿茶总量的80％，但世界茶叶生产总量的绿茶也不过22％，这么一算，中国绿茶出口不到9％，你怎么也骄傲不起来。要不要死抱“正宗”编辑部里有饮水机。多少编辑、记者沏茶没有统计，但字纸篓里的茶汤、茶渣不少。饮水机不热，不热怎么泡茶？同事说，“我们这一圈人从不沏茶。”不喝热的与快节奏生活有关。吴君在外企工作，吴君喝茶喝得满口牙锈，吴君每天要掐点上班，可沏茶是个慢功慢活，心急不行。可等到茶开，吴君的老板就要炒他的鱿鱼。为此，吴君把喝茶称为“老人文化”。都什么年代了，还喝盖碗茶！小女嘲笑我。冰淇淋里泡大的第八代，吃惯了冷食。可有一天，我家小女也喜欢上喝茶了，但那是冰红茶、冰绿茶。

小女说，我们学校有一多半人都喝茶饮料。清凉甘甜、富有营养、饮用方便、价格适中。受日本等国消费影响，今天各类茶饮料登台热销。罐装、软包装、特色包装，茶可乐、茶汽水、果茶、还有低糖、无糖型乌龙茶，不惟以茶为主的饮料，还有以水果、植物等入茶的石榴茶、药草茶、八宝参花茶、桑叶茶、灵芝茶……生活节奏的加快，茶饮从慢冲细品向快餐化演变。工作节奏的加快，瓶装饮料钻了市场的空档。这样的事实，或许引人注意：越是经济发达、购买力强的地区，茶及茶制品所占的市场份额越小。这就是说，传统的中国茶市场来自各种品牌的饮料市场的竞争。一位从洛杉矶回来的华裔茶商说，西方人没有热饮的习惯。外国人也并不看中你是什么名牌茶，看中的是标准、方便、爱好和习惯。中国的茶叶是“有什么销什么”，生产销售仍是靠近产茶地。与茶叶竞争的咖啡、软饮料等产业，是“要什么有什么”，是为了引导顾客需求，是为顾客设想需求。中国茶应该深思。

**第四篇：关于举办第二届山东中小企业暨项目投融资展览洽谈会的**

关于举办第二届山东中小企业暨项目投融资展览洽谈会的通知

鲁经贸调字[2024]324号

各市经贸委（经委），有关行业办、行业协会，有关金融、保险、投融资机构、中介机构，有关企业：

经省政府领导同意，定于2024年11月22日-24日在济南舜耕国际会展中心举办第二届山东中小企业暨项目投融资展览洽谈会（以下简称投融资会）。现将会议有关事项及要求通知如下：

一、充分认识举办投融资会的重要意义

本届投融资会将以“交流、合作、发展、共赢”为主题，通过举办山东投融资暨中小项目展览洽谈会、山东特许经营、加盟连锁展洽会以及相关论坛、发布会、项目推介活动，全面展示我省中小企业发展状况，宣传贯彻国家和省里扶持中小企业发展政策，为中小企业项目和投融资机构开展合作、树立形象、交流信息、开拓市场建立一个互动的平台，拓宽我省中小企业、民营企业融资渠道，加强中小企业与境内外银行、金融机构、担保、产权、专利、认证、中介服务机构的联姻和合作，推动中小企业国际合作，提高对外开放水平，实现“为项目寻找资金，为资金寻找项目，为合作寻找伙伴”的目的。各有关单位要充分认识举办投融资会的重要意义，协助做好相关工作，确保投融资会成功举办。

二、加强组织指导，全力做好筹备工作

根据投融资会确立的组织架构和主要内容，各市经贸委、有关行业办、行业协会、金融机构及相关单位要加强对本地区、本行业的组织指导，全力做好招商招展工作。抓紧确定负责投融资会组织工作的科（处）和联络员，积极推荐和组织本地区、本行业有实力、有影响的知名品牌企业和重点企业参展参会，要以市或行业为单位，组成参展代表团由相关负责人带队参展。省重点工业企业集团要根据自身不同的情况和特点，精选对外合作和招商项目，通过特装展示、产品展览、项目推介，充分展示大企业的实力和形象，寻找配套合作企业和零部件配套商。有关银行、金融、投融资机构要针对企业的需求，根据国家扶持中小企业发展政策和中国银监会的要求，在展会期间将扶持中小企业发展的信贷政策和金融产品进行综合展示和宣传推介，促进银企合作，培育一批潜在的、具有成长性的客户资源。各中介机构也要以此次投融资会为契机，为中小企业融资、境外上市、法律、管理咨询、进出口认证等提供全方位的服务。具体组织工作，可参照投融资会组委会下发的“第二届山东中小企业暨项目投融资展览洽谈会方案”的有关要求进行。请各市、各有关单位于2024年10月20日前将联络员名单报省经贸委外经处。

三、联系方式

1、省经贸委对外经济处

联系人：刘冉 赵宇

电话：0531-86114195 传真：0531-86918274

2、省中小企业对外合作协调中心

联系人：孙春光 洪之坤 徐丽 李静 黄谦

电话：0531-86062062 86585362 传真：0531-86062062 邮件：masterlma@yahoo.com.cn hong8268@163.com 网址：www.feisuxs 山东省经济贸易委员会 二00六年十月十一日

**第五篇：如何成功举办商务洽谈会**

根据商务洽谈举行的地点的不同，可以将它分为客座洽谈、主座洽谈、客主座轮流洽谈以及第三地点洽谈。客座洽谈，即在洽谈对手所在地进行的洽谈。主座洽谈，即在我方所在地进行的洽谈。客主座轮流洽谈，即在洽谈双方所在地轮流进行的洽谈。第三地点洽谈，即在不属于洽谈双方任何一方的地点所进行的洽谈。以上四种洽谈会地点的确定，应通过各方协商而定。倘若我方担任东道主，出面安排洽谈，一定要在各方面打好礼仪这张“王牌”。人们常说：“礼多人不怪”，其实在洽谈会中，又何尝不是如此呢？！在洽谈会的台前幕后，恰如其分地运用礼仪，迎送、款等、照顾对手，都可以赢得信赖，获得理解与尊重。在这个意义上，完全可以说在洽谈会上主随客便，主应客求，与以“礼”服务实际上是一回事。在洽谈会上，如果我方身为东道主，那么不仅应当布置好洽谈厅的环境，预备好相关的用品，而且应当特别重视礼仪性很强的座次问题。只有在某些小规模洽谈会或预备性洽谈会的进行过程中，座次问题才可以不必拘泥。在举行正式洽谈会时，则对它不能不予以重视。因为它既是洽谈者对规范的尊重，也是洽谈者给予对手的礼遇。举行双边洽谈时，应使用长桌子或椭圆形桌子。宾主应分坐于桌子两侧。若桌子横放，则面对正门的一方为上，应属于客方；肯对正门的一方为下，应属主方。若桌子竖放，则应以进门的方向为准，右侧为上，属于客方；左侧为下，属于主方。在进行洽谈时，各方的主谈人员应在自己的一方居中而坐。其余人员则应遵循右高左低的原则，依照职位的高低自近而远地分别在主谈人员的两侧变坐。假如需要译员，则应安排其就座于仅次主谈人员的位置，即主谈人员之右。举行多边洽谈时，为了避免失礼，按照国际惯例，一般均以圆桌为洽谈桌来举行“圆桌会议”。这样一来，尊卑的界限就被淡化了。即便如此，在具体就座时，依旧讲究有关各方的与会人员尽量同时入场，同时就座。至少，主方人员也不应在客方人员之前就座。在洽谈的一般过程中，双方人员的态度、心理、方式、手法等等，无不对洽谈构成重大的影响。商务礼仪规定，商界人士在参加洽谈会时，首先要更新意识，树立正确的指导思想，并且以此来指导自己的洽谈表现。这就是所谓洽谈的方针。谈判方针的核心，依旧是一如既往地要求洽谈者在庄严肃穆、剑拔弩张地洽谈会上，以礼待人，尊重别人，理解别人。具体来说，它又分为以下六点：洽谈的第一点方针，是要礼敬对手。礼敬对手，就是要求洽谈者在洽谈会的整个过程中，要排除一切干扰，始终如一地对自己的洽谈对手讲究礼貌，时时、处处、事事表现得对对方不失真诚的敬意。在洽谈过程上，不管发生了什么情况，都始终坚持礼敬对手，无疑能给对方留下良好的印象，而且在今后的进一步商务交往中，还能发挥潜移默化的功效，即所谓“你敬我一尺，我敬你一丈”。调查结果表明，在洽谈会中，能够面带微笑、态度友好、语言文明礼貌、举止彬彬有礼的人，有助于消除对手的反感、漠视和抵触心理。在洽谈桌上，保持“绅士风度”或“淑女风范”，有助于赢得对手的尊重与好感。与此相反，假如在洽谈的过程中，举止粗鲁、态度刁蛮、表情冷漠、语言失礼，不知道尊重和体谅对手，则会大大加强对方的防卫性和攻击性，无形之中伤害或得罪对方，为自己不自觉地增添了阻力和障碍。洽谈的第二点方针，是要依法办事。在商务洽谈中，利益是各方关注的核心。对任何一方来说，大家讲究的都是“趋利避害”。在不得已的情况下，则会“两利相权取其大，两害相权取其轻”。虽则如此，商界人士在洽谈会上，既要为利益而争，更需谨记依法办事。所谓在商务洽谈中应当依法办事，是要求商务人员自觉地树立法治思想，在洽谈的全部过程中，提倡法律至尊。洽谈者所进行的一切活动，都必须依照国家的法律办事，惟其如此，才能确保通过洽谈所获得的既得利益。法盲作风、侥幸心理、铤而走险、目无法纪、都只会害人、害己，得不偿失。有一些人在实践中，喜欢在洽谈中附加人情世故。它如果是指注重处理与对手的人际关系，争取促进双方之间的理解与尊重，那么则是正确的。假若指的是要在洽谈中搞“人情公关”，即对对方吹吹打打，与对手称兄道弟，向对方施之以小恩小惠，则是非常错误的。实际上，这是小农意识在作怪，而且无济于事。因为人情归人情，生意归生意，任何有经验的商界人士，都是不会在洽谈会上让情感战胜理智的。在洽谈中，过多地附加人情，甚至以为此重点，实在是误入歧途。说到底，犯了这种错误的人，是没有法制观念，而且不懂得应当怎样做生意。洽谈的第三点方针，是要平等协商。洽谈是什么？洽谈就是有关各方在合理、合法的情况下，进行讨价还价。由此可见，洽谈实际上是观点各异的各方经过种种努力，从而达成某种程度上的共识或一致的过程。换言之，洽谈只会进行于观点各异的有关各方之间，所以假如离开了平等协商，成功的洽谈便难于设想。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找