



茶·韵

首届山东人最喜爱的茶叶品牌评选揭晓

14个知名茶叶品牌获得殊荣

由本报、山东省茶文化协会、中国北方茶博会组委会等单位联合主办的“首届山东人最喜爱的茶叶品牌评选”活动圆满结束，主办方根据入选茶企得票情况，并综合业内专家评审意见甄选出“首届山东人最喜爱的茶叶品牌”。最终，共有14家品牌茶企获得殊荣。同时，14位优秀茶企经营者获得“山东茶行业领军人物”荣誉称号。

此次评选活动自7月中旬启动以来，得到了相关茶企以及广大读者的热情参与，活动咨询热线一直忙个不停，网络、信件等投票也进行得如火如荼。在近一个月的读者评选阶段，累计投票近30余万次，竞争异常激烈。此次获奖的14个茶

叶品牌在评选活动中表现突出，在投票中保持领先优势，得到了消费者和业内专家的广泛认可。

在评选过程中，参与调查的读者在选择自己喜欢的茶叶品牌的同时，也表达了自己选择这些品牌的理由，这在一定程度上也为茶企开拓省内外市场提供了“风向标”。

“其实，从选票的统计信息可以看出我省百姓在茶叶消费方面的一些特点。人们购买茶叶时更看重品质与品牌，而不是包装和名气。”一位业内人士指出，这次评选让山东百姓更加了解了茶叶的品牌故事和文化内涵，同时，对广大茶叶企业的市场营销也提供了重要参考。

(本刊记者 佟霞)

“首届山东人最喜爱的茶叶品牌”榜单

白沙溪黑茶	高家山黑茶	景阳青	骏德金骏眉
灵岩茶	慕洲坊茶业	品得富茶业	清连香
日照碧波	三千茶农	圣谷山	崂晨海岸绿茶
雪青茶	御青茶		

“2013山东茶行业领军人物”榜单

陈永强	董庆国	高建华	姜涛	梁骏德	李明
刘文静	马玉峰	唐勤强	王维胜	夏远志	严孙标
袁球明	张勇				

(以上排名均不分先后，按首字母音序排列)

幸运读者名单

刘红晨	淄博
冀克雷	德州
范丽菊	莱芜
齐欣路	济南
高路	济南
侯明富	日照
丁丽莎	潍坊
王婷婷	潍坊
丁林祥	济南
王世义	淄博
刘芝锐	青岛
薛项羽	济南
尹秀霞	青岛
宋红光	烟台
孙学峰	威海
候召鲁	日照
陈立英	济南
张正平	济南
武蛰	潍坊
盖锦浩	枣庄
王国方	菏泽
韩文姣	济宁
李晓鹏	济南
刘真彤	东营
袁玉兰	济南
马尊哲	东营
王英琦	菏泽
徐越	青岛
王迎春	潍坊
崔斌	菏泽

以上读者奖品由圣谷山赞助提供，主办方随后将电话通知领奖事宜。

超半数山东人经常喝茶

在此次评选活动中，主办方特别加入了读者问卷调查环节，以便更全面准确地了解山东人对茶的认知程度和消费习惯。活动收到调查问卷超过万份，调查显示超过半数山东人经常喝茶，且山东人在选茶时更注重品质和品牌。同时调查显示，近八成人对茶的了解较少，真正懂茶的人并不多。

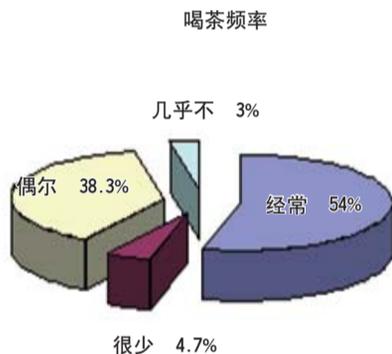
消费习惯：经常喝茶者人数过半

本次调查共收到来自全省各地的调查问卷12800余份。男女比例约为2.3:1，显然，男性是喝茶的主力军。明确月收入的读者有八成，其中月收入低于2000元的占19%，月收入在2000—4000元之间的占42%，月收入高于4000元的占28%。

调查显示，约54%的人经常喝茶，38.3%的人偶尔喝茶，几乎不喝茶的人仅占不到8%。可见，人们的生活越来越离不开茶。在茶种的选择上，六大类茶均有较为固定的

消费人群，绿茶、花茶、乌龙茶、红茶、黑茶等都很受欢迎，也从侧面反映出山东作为茶叶消费大省，已成为各大茶企必争之地。

在喝茶年龄上，30—50岁之间的消费者占到36%，中年人仍然是茶叶消费的主力，但20—30岁之间的消费者也占到了近30%，青年人成为仅次于中年人的茶叶消费群体。调查表明，茶叶已不只是老人饮料，年轻人将有望成为消费主流。



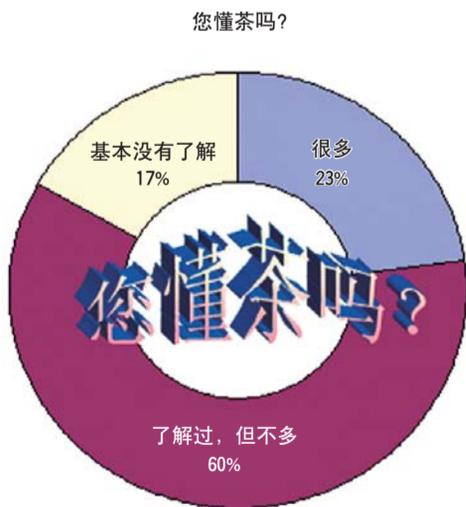
茶叶选购：品质第一 价位第二

调查中，91%的消费者更注重茶叶的品质和品牌，茶叶的品质成为影响消费者购买决策的首要因素。其中不少消费者表示，对绿色有机茶叶钟爱有加，认为其更安全更健康，更能让人放心。

当然，价格还是影响消费者选购茶叶的重要因素。调查显示，每斤500元及以下价位的茶叶受到84%

消费者的青睐，其中，100—300元之间的茶品更是占到了一半比重。可见，中高档茶叶的市场正呈上升趋势。

此外，55.9%的消费者注重茶叶的口感。有消费者表示，习惯了某一种口感，就会一直坚持下去。另有23%的消费者认为好的茶叶应配好的包装，这样更显得上档次。



茶叶知识：近八成人不太懂茶

调查显示，近半数人是因为茶的养生功效而喝茶。然而在“对茶的了解”这一问题中，近77%的消费者表示对茶基本不了解或了解不多，缺乏对喝茶的好处的深层认识。调查表明，山东人对喝茶功效的认识，还停留在传统认知上，而对茶与健康、茶文化、茶历史等知识上缺乏了解。

另外，在“了解茶叶渠道”这个

问题上，61%的消费者选择通过报纸电视网络等媒体了解。47%的消费者则通过“他人介绍”来获取茶叶知识。由此可见，通过媒体加大对茶叶知识的宣传和普及意义重大。

在“从何处购买”这一问题中，有近五成市民选择从专卖店买茶，19%的人从超市购买。而茶叶“批发”占得比重很小，“网购”也还不成气候。

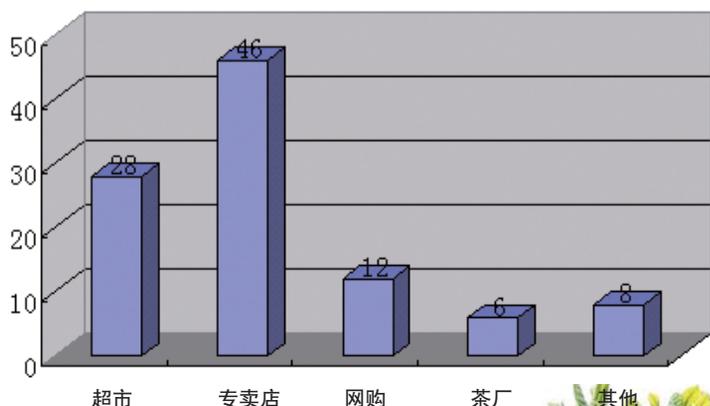
专家建议：加大品牌宣传和知识普及

调查显示，多数消费者更看重茶叶的品质和品牌，然而，与此同时，消费者真正了解的优质名牌茶又很少，形成了较为严重的信息不通畅现象。对此，业内专家指出，名优茶生产企业在开拓市场的过程中应加大品牌宣传力度，树立起自身良好的品牌形象。

此外，山东人普遍缺乏对茶的深层认识，真正懂茶的人很少。对此，专家指出，山东在茶叶知识普及方面的工作还有待加强，建议通过组织更多的茶业展示博览会及其它茶文化活动，如组织知识有奖问答、茶艺展示表演、茶文化知识培训等，来提高大众的茶知识水平。

(采写/制图 王红)

从何购买



选购指标

