

<<茶业管理学>>

图书基本信息

书名：<<茶业管理学>>

13位ISBN编号：9787510017575

10位ISBN编号：7510017572

出版时间：2010-3

出版时间：世界图书出版公司

作者：杨江帆 编

页数：328

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：<http://www.tushu007.com>

<<茶业管理学>>

前言

中国是世界上最早进行茶叶商品化生产的国家，茶产业是中国的传统特色优势产业。从统计数据来看，2009年我国茶园面积达到165万多公顷，茶叶总产量达到130多万吨，茶叶种植面积和产量均居世界第一。

2009年我国茶叶出口量首次突破30万吨，出口金额超过7亿美元，再创历史新高，居世界第三，占世界茶叶年出口量的五分之一强，约占我国茶叶年生产总量的23%，茶叶出口在我国农产品国际贸易中占有重要的地位。

同时，国内有20个省、市、自治区和直辖市产茶，茶叶已成为1000多个产茶县（市）地方财政收入和8000多万户农民家庭收入的主要来源。

全国有近亿人从事与茶产业相关的工作，据初步测算，2009年，我国茶产业总体规模已经达到900亿元。

其中，茶叶的第一产业规模超过400亿元。

可见，茶业的发展对于中国社会有着相当重要的意义——它不仅对农业、农村经济发展具有重要的作用，更是优化农业农村经济结构、改善生态环境、促进农业可持续发展的需要。

作为一个独立的物质生产部门，茶业经济再生产具有自己的特点和规律，在茶业经济体制改革和茶业市场化、专业化、社会化的迅速发展过程中出现的大量茶业经济管理方面的实际问题和理论问题，也都要求对茶业经济体系进行系统深入的梳理与研究。

同时，从我国茶业经济发展的实践来看，虽然由于政府的扶持和行业管理制度的改善，中国茶业经济近三十年来飞跃增长。

但是，总体而言，目前我国茶业经济管理还存在诸多问题——如茶业行业管理条块分割现象严重，茶叶市场混乱无序，茶商市场规则意识不强，茶叶企业组织化程度低、经营保守、管理落后；技术力量不足等等，加之国际茶叶经营者虎视眈眈，不断强化世界茶叶市场利益争夺的力度。

<<茶业管理学>>

内容概要

中国是世界上最早进行茶叶商品化生产的国家，茶产业是中国的传统特色优势产业。从统计数据来看，2009年我国茶园面积达到165万多公顷，茶叶总产量达到130多万吨，茶叶种植面积和产量均居世界第一。作为一个独立的物质生产部门，茶业经济再生产具有自己的特点和规律，在茶业经济体制改革和茶业市场化、专业化、社会化的迅速发展过程中出现的大量茶业经济管理方面的实际问题和理论问题，也都要求对茶业经济体系进行系统深入的梳理与研究。

<<茶业管理学>>

书籍目录

导言 茶业经济与管理第一节 经营管理概要第二节 茶业经济与管理第一章 茶叶产品特性及其消费的基础知识第一节 茶叶产品的物质特性第二节 茶叶产品的交易特性第三节 茶叶产品的消费知识第二章 茶叶企业及其经营环境分析第一节 茶叶经营的企业化与茶叶企业发展第二节 茶叶企业经营环境分析第三节 茶叶企业基本战略态势分析与选择第四节 茶叶企业战略变革第三章 茶业生产要素组合与管理第一节 茶业信息化第二节 茶业技术创新与标准化管理第三节 茶业项目投资决策与资金管理第四节 茶业人力资源管理与开发第四章 茶叶企业营销第一节 茶叶营销概述第二节 茶叶品牌管理第三节 茶叶电子商务发展第四节 茶叶营销趋势第五章 茶叶企业国际化拓展与管理第一节 加入WTO与中国茶业跨国发展第二节 茶叶企业的国际化进程第三节 茶叶企业跨国经营的模式选择第四节 茶叶企业国际竞争力培育第六章 茶叶产业化发展与服务第一节 茶叶产业化发展第二节 中国茶叶产业布局与结构第三节 中国茶产业组织结构管理第四节 茶叶产业社会化服务体系建设第七章 茶业政策与行业管理第一节 经济环境与产业政策第二节 中国茶叶产业政策第三节 中国茶业行业管理体系第八章 茶叶区域发展调控第一节 中国茶叶的区域性特征第二节 茶叶区域合作第三节 海峡两岸茶业合作与交流第四节 西部大开发与茶叶经济区域合作发展第九章 中国茶业发展战略第一节 中国茶业发展战略概念及相关理论第二节 中国茶业发展战略类型第三节 中国茶业发展战略的谋划及制定第四节 中国“大茶业”发展战略第十章 茶业的可持续发展与管理展望第一节 茶业可持续发展战略第二节 知识经济时代的茶叶经济管理附录一附录二参考文献后记

章节摘录

1.战略职能 战略职能是企业经营管理的首要职能。

因为企业所面对的经营环境是一个非常复杂的环境，影响这个环境的因素很多，变化很快。

在这样的环境里，企业欲求长期稳定的生存与发展，就必须高屋建瓴、高瞻远瞩，善于审时度势、随机应变，从而也就需要实行战略经营。

所谓战略经营，实际上是在没有得到最准确的答案之前就采取行动。

这一行动按照一个系统的模式进行循环：了解环境——对环境信息（机会与风险）作出评价——决定对策——制定行动方案和规划——实施结果反馈。

每经过一次循环，对环境认识都要更接近实际，从而使对策更具适应性，最终使企业能在变幻不定的环境中拓展自己独特的道路。

2.决策职能 经营管理的中心内容就是决策，甚至可以说经营管理就是经营决策。

最重要的决策莫过于经营战略的决策。

决策的主体不仅仅是企业的最高领导层，而且应包括整个企业的所有管理者和全体职工。

因为，企业的经营战略必须经所有管理者和全体职工长期不懈地身体力行、不断革新，才能最终实现。

可以说，企业经营的优劣与成败，完全取决于决策职能。

决策正确，企业的优势就能够得到充分的发挥，扬长避短，在风险经营环境中以独特的经营方式取得压倒的优势。

决策失误，将使企业长期限于困境之中。

决策职能主要是通过环境预测、制定决策方案并进行方案优选、方案实施诸过程来完成的。

3.开发职能 有效的经营必须善于有效地开发和利用各种资源，企业战略职能的发挥在很大程度上取决于开发职能的作用。

如果把资源开发仅限于人、财、物，这是极其狭窄的。

作为经营管理的开发职能，其重点在于产品的开发、市场的开发、技术的开发以及能力的开发。

一个卓越的企业，其制胜的法宝就是第一流的人才、第一流的技术、第一流的产品，创造出第一流的市场竞争力。

一个企业要在市场竞争中超出对手，取决于人才、技术、产品三者的综合力量。

只有技压群雄，才能开拓并占有市场。

因此，人才或能力开发、技术开发、产品开发、市场开发可以说四位一体，构成了经营管理开发职能的主体。

<<茶业管理学>>

编辑推荐

源起——茶进入人类发展的历史已有四五千年
今天——茶已成为世界性饮料茶业亦成为世界性
模式的运用

发展——茶业是中国的传统特色优势产业
未来——茶业的竞争取决于科技发展和经营管理

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:<http://www.tushu007.com>