

<<中国回族茶文化>>

图书基本信息

书名：<<中国回族茶文化>>

13位ISBN编号：9787552501469

10位ISBN编号：7552501464

出版时间：2012-5

出版时间：金晓军、王国强 阳光出版社 (2012-05出版)

作者：金晓军，王国强 编著

页数：205

字数：180000

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>

<<中国回族茶文化>>

内容概要

王国强、金晓军编著的《中国回族茶文化》这本书。

该书介绍了中国回族与茶的历史关系、回族饮茶习俗及文化特点，为茶爱好者了解回族茶文化提供了一些新知识，以便开阔视野，丰富茶的话题，谈茶论道，增加饮茶的趣味和情趣。

<<中国回族茶文化>>

作者简介

金晓军，女，回族，高级政工师，从小喜茶、爱茶、经过长年积累，从而知茶、懂茶。

近年来，通过学习研究，潜心整理挖掘回族茶艺、茶道、茶文化资料，现编著成册，作为博大精深的中华茶文化的组成部分，仅供各民族广大茶友们相互交流学习之用。

王国强，回族，物理学专业，高级工程师，长期从事科学技术工作。

近年来，用理科学者的角度和思维，潜心研究当代中国民族与宗教问题。

出版发行了《走进回族》《清真产业与认证》等专著。

曾参与研究开发宁夏“枸杞植物新茶”，掌握了一些茶的基本知识，领悟了一些回族茶文化内涵，借《中国回族茶文化》一书，与茶友交流。

<<中国回族茶文化>>

书籍目录

第一章 中国回族与茶

- 一、中国回商
- 二、中国回商的本质特性
- 三、中国回商——中华茶文化的传播者
- 四、中国回商——茶叶国际贸易的先行者
- 五、中国回商——再创丝路商贸辉煌的实践者

第二章 中国回族茶文化

- 一、中国回族茶
- 二、中国回族茶特性
- 三、回族对茶疗的贡献和民间茶食及茶谚
- 四、中国回族茶艺
- 五、中国回族茶文化

第三章 丰富多彩的茶文化

- 一、茶的传说
- 二、中华传统茶文化
- 三、世界茶文化杂谈
- 四、世界茶叶市场概况

<<中国回族茶文化>>

章节摘录

版权页：插图：我国伊协、宁夏回族自治区清真食品国际贸易认证中心在国内也在开展清真（HALAL）认证。

通过伊协认证的清真食品，均在外包装袋上标明了“中国伊斯兰教协会监制”的字样。

2.清真产业国际市场分析 世界伊斯兰国家组织统计数据显示，全世界穆斯林人口超过13亿，加上非穆斯林消费群体，全球清真商品消费者不少于20亿人，占全球总人数的1/3。

目前，全球清真食品和用品市场的年贸易额已经超过了2.1万亿美元，每年的增长速度都在10%以上，前景广阔。

阿拉伯联盟的22个成员国和东南亚地区是清真商品最大的消费市场，这也是未来我国清真商品主要目标出口地区。

阿拉伯国家主要依赖石油工业的发展，其他基础较薄弱，特别是农产品严重依赖进口。

每年均要斥资440亿美元进口小麦、大麦、大米、植物油、糖、肉及儿童食品等，占国际食品每年进口市场的16%。

对活牛活羊和冷冻牛羊肉产品进口较多，“宰牲节”或其他节日，羊肉价格高达每公斤约188元人民币，仍供不应求。

例如，科威特年进口活畜84325吨，肉品82497吨，年进口额约2亿美元。

阿联酋已成为中东地区最重要茶叶市场。

据2011年中东茶叶与咖啡展组委会表示，阿联酋的茶叶年消费达到了2.56亿迪拉姆（约7000万美元）。

目前，有4000名贸易商在阿联酋从事茶叶和咖啡的进出口贸易，阿联酋已经成为地区最重要的茶叶和咖啡市场。

迪拜茶叶交易中心当前的茶叶存储来自13个国家，包括肯尼亚、印度、斯里兰卡、印度尼西亚、马拉维、卢旺达、坦桑尼亚、津巴布韦、埃塞俄比亚、越南、尼泊尔、中国和伊朗。

交易中心已计划将其服务拓展到中东其他地区和欧洲市场。

迪拜已迅速成为著名的茶叶贸易及转口中心。

“迪拜茶叶贸易中心（DTTC）成为当地茶叶市场逐渐融于国际市场的动力，2011年，迪拜共进口茶叶7400万公斤，转口量达7100万公斤。

”因迪拜介于世界主要茶叶生产商及出口商之间（印度、斯里兰卡及肯尼亚），得益于其得天独厚的地理位置，此贸易中心备受贸易商家的青睐。

为了更加便利茶叶商家经营，迪拜茶叶贸易中心将在杰拜阿里自由区仓库设立一个分级搅拌厂以帮助商家满足不同市场需求。

印度茶叶委员会（Tea Board of India）非常欢迎这一举措，表示它将进一步加快中东茶叶市场的发展。

<<中国回族茶文化>>

编辑推荐

《中国回族茶文化》由阳光出版社出版。

<<中国回族茶文化>>

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>