

关于 2017 中国茶叶品牌价值评估调查的函

顺应品牌经济时代要求，品牌化已经成为我国农业现代化的重要战略。通过品牌化引领、推动供需结构改革与升级，是我国对农业品牌建设不断深化的发展要求。作为我国现代农业产业中重要的内容，茶产业的品牌化工作已遍地开花，各产茶区的茶叶品牌建设如火如荼。茶品牌在推动地方茶经济发展、茶业增效和茶农增收等方面发挥着重大作用，更是推动我国茶业转型升级的重要抓手和有效途径。

2010 年以来，浙江大学中国农村发展研究院（CARD）中国农业品牌研究中心联合中国农业科学院茶叶研究所《中国茶叶》杂志、浙江大学茶叶研究所等权威机构，共同开展“中国茶叶（含区域公用品牌、企业产品品牌）品牌价值专项评估”研究，连续七年发布了“评估报告”和“价值榜单”（详见《中国茶叶》杂志当年第 5 期或第 6 期）。七年来，我们持续观察中国茶叶品牌的发展现状，不断为茶产业提供茶叶品牌建设方面的研究成果，每一年发布的评估结果，也已成为中国茶产业的风向标。

品牌价值评估依据“中国农产品区域公用品牌价值评估模型”和“中国农产品企业产品品牌价值评估模型”，采用科学、系统、量化的方法，对品牌持有单位、消费者、专家等众多对象进行多方调查研究，旨在为各地茶叶品牌建设中的资源配置与战略决策，提供科学、客观、中立的专业参考依据。

2017 年，浙江大学 CARD 中国农业品牌研究中心继续联合中国农业科学院茶叶研究所《中国茶叶》杂志、浙江大学茶叶研究所等权威机构，共同开展“2017 中国茶叶品牌价值专项评估”研究。评估不收取任何费用，欢迎各茶叶区域公用品牌和茶叶企业产品品牌积极参与，并请于 2 月 15 日前提交调查表（见附件）。

特此函达



附件：2017 中国茶叶区域公用品牌建设调查表
2017 中国茶叶企业产品品牌建设调查表