附件：

2025茶业观光工厂调查表

|  |
| --- |
| 一、基础信息 |
| 企业名称 |  | 观光工厂负责部门 |  |
| 负责人姓名 |  | 手机号 |  |
| 电子邮箱 |  | 微信号 |  |
| 注册资本 |  万元 | 投资总额 | 万元 |
| 企业性质 | □国有企业 □集体所有制 □联营企业 □中外合资/外资 □私营企业 □其它(请注明)  |
| 企业规模 | □大型企业（500人以上） □中型企业（201-499人）□小型企业（50-200人） □微型企业（49人以下） |
| 企业地址 |  |
| 二、工厂概况 |
| 观光工厂名称 |  | 观光工厂开业时间 | 　 年　 月 |
| 观光工厂占地面积 | 　 （㎡） | 观光工厂接待面积 | 　 （㎡） |
| 观光工厂工作人员数量 | 合计 人（其中专职 人；兼职 人） |
| 2024年观光工厂资产规模 | 万元 | 2024年观光工厂营业收入 | 万元 |
| 2024年企业上交税利 | 万元 | 2024年企业实现净利润 | 万元 |
| 自有茶园面积 | 万亩 | 观光茶园面积 | 万亩 |
| 工厂旅游功能区（可多选） | □观光通道区 □科普展示区 □技艺实践区 □购物纪念区□其它(请注明)  |
| 三、市场产品及周边 |
| 工厂茶产品类型 | □传统茶叶类 □茶器茶具类 □茶衍生品类□茶周边配套类 □新茶饮类 □其他（请注明）  |
| 旅游纪念品类型（多选） | □自然风光类 □特色文创类 □工艺品类 □食品特产类 □家居装饰类 □影像纪念类□个性定制类 □其它(请注明) （其中，茶叶产品类占比 %） |
| 茶叶销售种类（多选） | □绿茶 □红茶 □乌龙茶 □黄茶 □黑茶□白茶 □花茶 □新茶饮 □其它(请注明)  |
| 2024年工厂产品销售总收入 |  万元（其中，茶叶产品总收入 万元） |
| 主要竞争优势 | □产品质量 □技术实力 □品牌知名度 □其它(请注明)  |
| 面临主要挑战 | □原料价格 □技术创新 □市场波动 □其它(请注明)  |
| 重点关注领域 | □产品开发 □运营管理 □营销策划 □电子商务 □人才培养 □其它(请注明)：  |
| 四、消费服务 |
| 区域内建有高铁站 | □是 □否 | 每日停靠站车次 | 次 |
| 区域内建有飞机场 | □是 □否 | 每日航班架次 | 次 |
| 工厂自主组织观光旅游活动 |  次 | 代表性活动名称 |  |
| 观光旅游路线（含名称、年接待人次） |  |
| 2024年观光工厂接待人数 | 万人次（其中，团体接待数量<10人以上> 个，团体客群占比 %） |
| 2024年游客来源（直辖市、自治区） | 本省数量： 万人外省数量： 万人（来源省份： ） |
| 游客年龄 | □18岁以下 □19-30岁 □31-40岁 □41-50岁□51-60岁 □61-70岁 □71-80岁 |
| 月平均客流量 | 人次 | 平均客单价  | 万元 |
| 旅游旺季时间 | 月—— 月 | 旅游淡季时间 | 月—— 月 |
| 旅游旺季收入 | 万元 | 旅游淡季收入 | 万元 |
| 五、宣传推广 |
| 2024年市场宣传费用(多选) | 总投入 | 万元 |
| 传统媒介投入 |  万元 | □户外广告 □报刊杂志 □电视广播 □其它(请注明)  |
| 数字媒介投入 |  万元 | □电商平台 □行业网媒 □自媒体 □其它(请注明)  |
| 场景化媒介投入 |  万元 | □专业展会 □品鉴推介 □新闻发布 □其它(请注明)  |
| 六、成果目标 |
| 荣获表彰 | 国家级 |  |
| 省级 |  |
| 地市级 |  |
| 县级 |  |
| 创新典型案例 | (请简要说明活动时间、地点、主题、内容、受众及成效等,可附相关图片及新闻链接) |
| 观光工厂运营情况介绍 | （重点是工厂简介、近三年的运营情况、主要业绩、融合发展等有关情况，可附相关佐证资料） |
| 观光工厂未来发展目标和规划 | （可另附页） |
| 产业政策支持的具体建议或诉求 | （可另附页） |

备注：以上数据如无，可填写“0”。