

出口茶:六年涨价五成

中国茶叶出口单价稳步上升

终于突破 30 万吨了！ 30.3 万吨, 7.05 亿美元, 同期分别增长 2% 和 3.3%, 在岁末年初, 最新海关数据为中国茶叶 2009 年出口画上了圆满的句号！

从 2004 年至 2009 年, 中国茶叶出口量逐年小幅递增, 依次为 28.0 万吨、28.7 万吨、28.7 万吨、29.0 万吨、29.7 万吨、30.3 万吨, 美元创汇金额也不断攀高, 顺序创下了 4.4 亿、4.8 亿、5.5 亿、6.0 亿、6.8 亿、7.05 亿的历史新高。

从 2004 年前后开始, 30 万吨提升为行业内的热点话题。经过六年的等待, 这一目标终于实现了。在倍感欣慰的同时, 我们也难免有踌躇之感——跨越 2.03 万吨, 需要六年时间, 也未免来得有点晚。

冷静看待 30 万吨突破

徘徊了四五年后, 我国茶叶出口量终于突破了 30 万吨, 跃上了一个新的台阶。但是, 我们不能沾沾自喜。实际上, 增长幅度仅为 2%, 只增加了约 6000 吨。六大茶类中, 只有绿茶的出口量增长, 增幅为 2.7%, 其它茶类出口量都有所下滑。

从茶叶国际贸易史的角度来看, 我们也不需太悲观。肯尼亚和斯里兰卡茶叶出口量突破 30 万吨关口的速度, 也是非常缓慢的。用了十年左右的时间, 他们才从 20 多万吨增长到 30 多万吨。

——于观享

中国茶的产业竞争力

借用著名学者波特的五力分析模型, 可以帮助我们从业链的角度, 分析中国茶的国际竞争力, 以便构建更加安全、稳定的出口产业链。

波特的五力分析模型, 主要包括供应商的讨价还价能力、购买者的讨价还价能力、潜在竞争者进入的能力、替代品的替代能力、行业内竞争者现在的竞争能力。五种力量的不同组合变化, 将最终影响行业的利润潜力变化。

那么, 在国际市场上, 中国茶的“五力”都是些什么因素呢?

首先, 中国茶产品的供应商是茶农, 出口企业跟茶农有什么关系? 相互之间有没有构建起互利双赢的长期合作? 这个问题, 应该引起出口企业和地方监管部门的重视, 茶农在茶叶出口领域的收益必须得到维护。印度茶农与出口企业之间的纷争, 曾经对印度出口产生了很大的负面影响, 我们要引以为戒。

中国茶的国际营销

在企业经营中, 市场营销分析(4P 分析) 引导着企业的商业规划和自检, 是一项重要的企业策划工作。

在国际市场, 中国茶产业何尝不是一个大企业呢? 用 4P 分析中国茶的国际营销, 将在一定程度上引导我们系统反思中国茶的国际市场策略, 进一步明确提高出口的市场策略。

市场营销: 一缺三

4P 分析, 就是逐一分析企业的产品、渠道、促销和定价。将 4P 分析应用到茶产品出口, 我们将不难发现, 在四个因素中, 只有产品引起了我们的重视, 而渠道、促销、定价三个因素还没有步入行业主流考虑的范畴, 中国茶出口的 4P 明显是“一缺三”的高度残缺。

随着中国茶产业的发展, 我们必须实现完整统一的 4P 战略。这是一种战略性转型。在计划经济时代, 我们曾经可以协调 4P 携手发展, 但是, 随着体制改革, 原有的系统基本完全推倒, 新生力量还不足以重建新的、有秩序的 4P 系统。

现在, 我们要做的, 就是要在新的基础上, 重建一个有利于中国茶出口的行业 4P 系统。

产品思考: “茶”是什么?

“普洱茶是什么?”——这是云南某普洱茶研究机构重点攻关的课题。

“茶是什么?”——这个看上去很浅显的问题, 实际上, 也让不少业内巨头叹息。对它的不同解读, 将导致不同的产业和企业战略方向。

茶是什么? 我们需要从哲学、社会学、文化学、经济学、科学等多个方面, 去重新认识。

毫无疑问, 茶是一种生活方式。现代茶是一种什么样的生活方式? 这个方面, 我们还需要加大研究力度, 希望引起大家的深思。

我们谈到茶, 动辄就以某个国际知名企业作为标杆。然而, 中国茶与它, 既是相互效仿的对象, 也是互相超越的目标, 不该将其作为茶的标准。

具体到实物层次, 茶提取物、茶饮料、茶医药等, 都属于茶的范畴,

另一方面, 我们也惊喜地看到, 茶叶出口创汇额在稳步增加。按美元计算, 2009 年出口单价比 2004 年高一半。中国茶叶出口, 在朝“更有价值”的山峰攀爬。

昨日的辉煌依然徘徊在眼前, 但是, 我们需要整理行囊继续进发了。当 30 万吨的目标已经实现, 我们下一个目标在哪里寻找?

单纯追求数量的道路, 大概距离尽头已经不远了。新的高峰已经铸就, 下一个目标就是要追求茶叶出口更高的“单位产值”。这与衡量国家经济发展的数据标准有些相似, GDP 很重要, 人均 GDP 更重要。

携带 30 万吨的喜庆和信心, 我们要迈向“更有价值”的高地了!

保二争一 跨入『出口强国』

全球排名保二争一

截止目前, 肯尼亚、斯里兰卡等主要产茶国还没有正式公布 2009 年茶叶出口数据。根据 2009 年前 11 个月的数据估计, 中国茶叶出口将可能位居全球第二位。2008 年, 我国茶叶出口位居全球第三位。相比 2008 年, 我国茶叶出口全球排名可能上升一位。

数据显示, 2009 年前 11 个月, 斯里兰卡减产 12%, 产量为 26 万吨, 全年产量大概在 30 万吨左右, 除掉内部消耗, 出口量约在 30 万吨以下。照此估测, 中国茶叶出口将超越斯里兰卡, 位居全球第二位。

往年排名第一位的肯尼亚, 2009 年前 11 个月生产茶叶 27.8 万吨, 同比减少 9.7%。2009 年, 中国茶叶出口量有可能与肯尼亚持平, 或者超越肯尼亚。甚至有资深人士提出质疑, 认为肯尼亚 38 万吨的出口数据“横空出世”, 值得推敲。

“出口强国”引领世界潮流

茶界一直认为, 中国是茶叶出口大国, 但不是出口强国。我们

战略变更恰逢其时

现在, 中国茶叶面临出口成本上升、金融危机和人民币升值, 处于阵痛期, 需要调整出口战略。

二十世纪九十年代以后, 中国茶业出口管理进入了战略调整期。这一阶段, 出口从计划经济转向市场经济。迄今, 出口配额制度已经退出历史舞台, 出口调控已经完全市场化、国际化, 中国茶叶出口管理已经成功完成转型。

2000 年以后, 茶叶出口经营权放开, 适应了企业和行业发展的需求, 新兴民营企业如雨后春笋, 纷纷走向国际市场。这也是一段阵痛期, 茶叶出口领域历经多次洗牌, 许多知名老茶企也因

需要转换思维方式, 以强国的眼光来看待这个世界。

“以近年的出口数据为支撑, 我们需要重新反思这个话题了。中国早已经超越了出口大国的地位, 事实上已经是出口强国了。”中国食品土畜进出口商会茶叶分会秘书长蔡军认为。

虽然中国茶叶有没有国际品牌, 但“引领世界潮流”的提法应该是站得住脚的, 主要是从品类和科技两个角度来讲的。虽然国际市场以红茶为主, 但是, 消费者对口味创新的喜好, 对身体健康的关注在不断提高。这样的话, 中国茶类将是首选, 也是唯一的选择。从这个大趋势看, 中国茶叶必将引领世界潮流。

另一方面, 中国茶业科技投入在持续提高, 特别是政府的科技资助大幅增加。

产业出口链条重塑成型

中国茶叶出口, 会不会发生倒退呢? 历史地看, 今年茶叶出口的增加, 是产业链重塑的结果, 因此具有可持续, 不会出现大的反复。

2009 年, 在我国海关记录中,

经营不善而改制或转做他用。

但是, 在走向国际化的过程中, 行业并没有形成集约化、规模化、机械化。调整的阵痛期已经过去, 我们到了革新出口战略, 迈向这一新方向的发展新阶段。

新思维: 突出重点 强化科技

“出口战略的新思维应该包括两个方面。一是对重点市场、重点产品、重点企业, 进行重点拓展和重点扶持。二是, 加大科技引导作用。”蔡军说。

2010 年以后的十年, 我们要明确哪些产品在哪些区域有更好的市场和品牌前景, 帮助企业制定产品战略。企业不能再一哄而上面对市场, 要以消费习惯、科技研发为基础, 进行市场细分和开

红茶出口: 10 万吨不是梦! ——访茶叶专家于观享

记者: 我国红茶出口量的最高纪录是多少?

于观享: 1886 年, 我国茶叶出口 13 万 4100 吨, 其中红茶 10 万吨。此后, 我国茶叶出口总量大幅下降, 红茶量随之下滑。建国后, 我国茶叶出口逐渐恢复, 进入增长阶段。1984 年, 全国茶业出口超过 1886 年的历史最好纪录, 高达 13 万 7000 多吨, 但红茶出口量一直在 10 万吨以下。1988 年, 我国红茶出口达到 10.1 万吨, 1989 年红茶出口创汇 16038 万美元, 分别占当年全国茶叶出口总量和出口金额的 51.15% 和 38.12%, 创下了我国红茶出口的历史最好纪录。此后, 我国红茶出口再次萎靡不振。

记者: 在辉煌的时候, 红茶出口顺利吗?

于观享: 解放后, 即使在出口巅峰时期, 红茶出口也一直在亏损运营。当时处于计划经济体制, 国家外汇紧张, 茶叶出口公司为了完成外汇创收指标, 不得不加大茶叶出口量, 用绿茶赚取的利润补贴红茶出口, 红茶才得以创下历史最高纪录。企业出口放开以后, 盈利成为企业首先考虑的因素, 红茶也就没有再出现“亏本赚外汇”的情况。

记者: 在我国茶叶出口中, 红茶的理想位置是什么?

于观享: 解放后, 长期以来, 我国绿茶基本垄断了占国际绿茶贸易市场, 现在已达到 80% 左右的市场份额, 占我国茶叶出口总量 70%

以上的份额。在 180 多万吨的国际贸易市场上, 红茶占 70% 以上的份额。绿茶只占 20% 的份额。因此, 中国茶叶出口, 如果不抓红茶, 很难有大发展。10 万吨的历史最高纪录, 应该去超越。肯尼亚和斯里兰卡能做到的红茶出口量, 中国也可以做到, 但要降低成本, 提高质量, 积极开拓国际市场。

记者: 与国外流行的红茶相比, 中国红茶的主要区别是什么?

于观享: 国外红茶, 一般具有三个特点: 浓、强、鲜。这恰巧符合欧人高蛋白、高脂肪的饮食结构。浓, 浸泡物质丰富; 强, 刺激性强; 鲜, 鲜爽度好。中国是茶的故乡, 国外红茶的独特风格, 是在中国红茶的基础上慢慢改善形成的。我们中国, 也有不少地区可以生产浓、强、鲜的 CTC 红茶, 适合西方需要。

记者: 中国红茶曾经在国际市场一枝独秀, 但是后来却脱离了国际红茶市场的主流。这种脱离的历史原因是什么?

于观享: 红茶是从中国传播出去的, 最早是武夷山小种红茶, 然后是工夫红茶。传到欧洲以后, 与欧洲人的饮食喜好略微有点偏离。英国人就把中国的红条茶切碎, 搞成碎茶, 这样就容易浸泡了, 味道也更浓、更强。但是, 红条茶发酵时间长, 鲜度不够, 而后改为用鲜叶萎调、揉切直接做碎茶, 发酵时间因此变短, 鲜度增强。这种红茶很快占领欧美市场, 印度、斯里兰卡和肯尼亚三国

蔡军: 红茶对欧美日出口下降的主要原因, 是目标市场的农残新标准。该标准加大了企业的经营风险, 开展有机茶基地建设需要加大企业投入, 但产品价位并没有变化, 企业利润相对缩水, 导致出口积极性不强。

我们要客观、冷静看待这些新标准, 不论其是否具有科学性, 我们都必须去适应它。

记者: 红茶出口下降还有没有更深层次的原因? 蔡军: 中国红茶出口不足的深层原因, 是鲜度不足, 加工工艺不适应国外市场需求。祁红等高价茶, 在

有近四百家企业直接参与了茶叶的出口贸易。其中, 出口量一万吨以上的企业有十家, 1000 吨以上的企业有五十多家, 其余多数企业都在百吨左右。这个庞大的出口企业群, 构成了稳定的出口基数。

从企业的运行来讲, 在外贸改革后, 特别是 2005 年外贸完全放开后, 茶叶出口企业逐渐建立起了自有的基地或合作基地, 构建起了以出口企业为龙头和核心的产供销出口链条。这样, 我国茶叶已经进入了产业化和规模化的基础阶段, 成熟的出口产业链基本成型。

警钟: 国际竞争“居安思危”

虽然我国 2009 年出口创下历史佳绩, 但在国际和国内两个市场, 都面临着更加激烈的国际竞争。中国茶叶出口, 也需“居安思危”。

中国绿茶虽然出口量稳居世界第一, 但是也暗含危机。一方面, 价格、利润很低, 内部竞争加剧, 另一方面, 还面对国际新兴产茶国的竞争压力。

印尼和越南绿茶正在国际市

拓。

据悉, 商务部将在建设资金和形象塑造方面, 支持茶叶企业出口基地建设。在国际贸易中, 商务部确定的出口基地, 将意味着国家认可、规范化和清洁化生产。针对不同的市场, 我国将建立花茶基地、蒸青茶基地、乌龙茶基地、绿茶基地、蒸青茶基地等, 实现产供销一体化和机械化生产。

“在科技研发方面, 中国茶需要根据不同的市场需求、口味和人体生理, 研究不同的系列产品。比如, 针对血糖、血脂、去脂肪等保健功效, 开发普洱茶系列产品。”蔡军说。

国际市场以红茶为主, 但是, 我国绿茶、乌龙茶、普洱茶等, 在国际市场都有很大的发展潜力。

场上对中国绿茶形成广泛的竞争能力。2008 年, 越南出口绿茶 9 万吨。印尼绿茶, 也在快速增长。由于绿茶价位不高, 没有高额的利润, 肯尼亚等国还没有大量生产绿茶。如果肯尼亚也转产绿茶, 我们将面对更加激烈的竞争。

出口佳绩来之不易

2009 年, 中国农产品出口总额下降 2.5%。与此对照的是, 2009 年, 我国茶叶出口量比 2008 年增加 5000 吨。虽然总量增长不大, 但也来之不易。

“一方面, 日本和欧洲继续急剧下滑, 比 2008 年减少近 4 万吨。另一方面, 金融危机严重影响国际消费需求, 影响大型进口商的采购和推广力度。此外, 2009 年茶叶生产成本大幅上升。在这种情况下, 依然能够突破 30 万吨, 是难能可喜的。”蔡军认为。

欧日市场还有很大的增长空间, 在我们作出适当调整、适应对方新的贸易规则以后, 中国茶叶必将能再次大规模重返欧日市场, 茶叶出口将再次大幅增长, 成为我国茶叶出口又一个新的增长点。

十年时间“叫得响”

在世界上叫得响的品牌, 我国茶叶企业还没有。

2009 年, 相关机构曾在海外市场推广“中国制造”形象广告。不少业内人士建议, 依靠政府、行业协会和出口企业共同集资, 开展中国茶叶对外形象宣传。打造国际品牌, 这是漫长的历史过程, 需要长期、持续地投入, 和各方的广泛参与。

不少业内资深人士认为, 未来十年, 我国将会有部分企业脱颖而出。依靠区域市场和区域品牌, 中国茶业品牌将闪耀国际市场。目前, 我国在国际市场的区域品牌主要有: 在阿尔及利亚的“沙漠之舟”, 在摩洛哥的天坛、骆驼等。