

B 茶业蓝皮书[®]

LUE BOOK OF TEA INDUSTRY

中国茶产业 发展报告 (2013)

ANNUAL REPORTS ON CHINA'S TEA INDUSTRY (2013)

主 编 / 杨江帆 李闽榕



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2013
版



中国茶产业发展报告 (2013)

ANNUAL REPORTS ON CHINA'S TEA INDUSTRY
(2013)

主 编 / 杨江帆 李闽榕

副主编 / 苏祝成 林 畅 周红杰 李远华 苏宏文



社会科学文献出版社

SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

中国茶产业发展报告. 2013/杨江帆, 李闽榕主编. —北京:
社会科学文献出版社, 2013. 4

(茶业蓝皮书)

ISBN 978-7-5097-4326-3

I. ①中… II. ①杨… ②李… III. ①茶叶-产业发展-研究
报告-中国-2013 IV. ①F326.12

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 035598 号

茶业蓝皮书

中国茶产业发展报告 (2013)

主 编 / 杨江帆 李闽榕

副 主 编 / 苏祝成 林 畅 周红杰 李远华 苏宏文

出 版 人 / 谢寿光

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮政编码 / 100029

责任部门 / 社会政法分社 (010) 59367295

责任编辑 / 赵慧英 关晶焱

电子信箱 / shekebu@ssap.cn

责任校对 / 谢 华

项目统筹 / 王 绯

责任印制 / 岳 阳

经 销 / 社会科学文献出版社营销中心 (010) 59367081 59367089

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 北京季峰印刷有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

印 张 / 21

版 次 / 2013 年 4 月第 1 版

字 数 / 336 千字

印 次 / 2013 年 4 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5097-4326-3

定 价 / 78.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

版权所有 翻印必究

主要编撰者简介

杨江帆 武夷学院校长，福建农林大学茶叶科技与经济研究所所长，教授，博士生导师，享受国务院政府特殊津贴专家。全国优秀科技工作者，文化部茶文化研究院专家委员会主席，国家社科基金评审专家，北京大学访问学者。《中国茶产业蓝皮书》主编，《茶叶科学》杂志编委，福建省重点学科茶学学科带头人。

李闽榕 福建省人民政府发展研究中心主任，中国区域经济学会副理事长，博士生导师。

摘 要

中国是饮茶大国，茶文化源远流长。随着社会的发展，中国茶产业也呈现出现代化发展的新面貌。在国家继续加大对茶产业扶持力度的大背景下，2011年中国茶产业发展受到茶区各级地方政府的高度关注和大力推动，继续维持了良好的发展态势，朝着更加多样化、深度化方向发展。

总的来看，2011年中国茶叶产量和产值继续增加，各茶类增加幅度有一定差异。茶园总面积达到220.7万公顷，较2010年增长9.6%。茶叶产量1552934吨，同比增产139889吨，增幅为9.9%。茶叶产值7288979万元，较2010年的5585252万元增加30.5%。

2011年，中国茶叶内销市场消费量保持上升趋势，价格同比增长明显，中国茶叶消费区域性特征更加突出。国际贸易呈现上升态势，其中出口茶叶数量为32.26万吨，同比增长6.6%，出口金额96500万美元，同比增长23.1%，平均单价为2991.8美元/吨，同比增长15.4%，再创历史新高。出口国数量从2010年的110个增加到120个。

近年来，与茶密切相关的第三产业发展势头良好，如茶产业和旅游业相结合形成茶旅游产业，茶业创意产业流行，茶品牌建设投入力度不断加大，采用多样化推广方式大力宣扬茶文化等，也取得了一定的成果。此外，中国还加大力度进行茶教育，不断促进茶产业快速发展。

在质量方面，中国茶叶的质量安全水平进一步提高。茶叶生产技术更加注重生态化、高科技、标准化和规范化。

在承袭以往茶叶流通体系的基础上，茶产业的升级和转型速度也在不断加快，现代茶业的新格局逐步显现。当然，这其中也存在着不可忽视的各种问题。产业规模小，出口量少的状况依然存在。茶产品深加工技术不够成熟，国际市场开拓力度有待加强。茶文化在国际上影响很小，内强外弱。弥补中国茶产业这几方面的不足仍将是今后较长时期的目标与任务。



2012 年底，我们在《茶业蓝皮书 2011》的基础上推出《茶业蓝皮书 2013》版，以全新客观的视角解读中国茶产业发展新面貌，抓住新形势下的茶产业发展脉络，解剖茶业发展焦点问题，推动中国茶业转型升级。鉴于此，本《茶业蓝皮书》分为五个部分。第一部分为中国茶产业总报告，从各方面总结中国茶产业发展总体情况；第二部分为中国茶产业发展专题报告，涉及产业的现状、问题及未来海峡两岸茶产业合作研究等方面情况；第三部分是对各大茶区的茶产业发展分别展开的研究和报告；第四部分是中国主要茶类专题报告；最后是对 2011 中国茶业的典型案例进行的深入分析。

本书的各部分编排，可以全面条理地展示此蓝皮书对 2011 年中国茶产业发展情况的系统且不失翔实的记录。本次蓝皮书的编写把握了新市场发展情况，对中国茶产业进行了全面剖析，为茶产业不断步入现代商业化潮流奠定了基础。

按照目前整体情况，中国茶产业发展依然处于上升势头，但是从产业升级与国际接轨这一点来看，依旧任重道远。而这不仅需要茶农和茶企业的不懈努力，也需要政府各方面的政策支持。在此背景下，本蓝皮书的推出将为茶产业的可持续发展提供重要的参考。我们相信，随着中国茶产业的优化升级及与国际茶市场联系的日益紧密，中国茶产业将朝着更加繁荣的方向发展！

Abstract

China is a nation embedded with a long history of tea culture. With the development of the society, a new phase of Chinese tea industry is being presented to us. Against the background that China continues to increase its support to agriculture, the tea industry received great concern and promotion from the governments at all levels in 2011, maintaining a sound development in both diversification and quality of tea products.

As a whole, the output and value of all kinds of tea have continued to increase in different degrees. Compared with 2010, tea plantation area has been raised by 9.6%, reaching 2.207 million hectares. In addition, tea production has reached 1,552,934 tons, 9.9% and 139889 tons more than those of 2010. Meanwhile, compared with the output value of 55.85252 billion yuan in 2010, Chinese tea output valued 72.88979 billion yuan in 2011, growing 30.5%.

In the year of 2011, with an obvious year-on-year growth on the price and the more distinct regional characteristics of Chinese tea consumption, its domestic market increased steadily. At the same time, Chinese tea also showed a rising trend on the international market. The quantity of the export was 322,600 tons in 2011, increased 6.6%, the export value was 965 million US dollars, increased 23.1%, the average unit price of tea exported was 2,991.8 US dollars per ton, increased 15.4%, creating a new record high in history. In 2011, there are 120 countries importing Chinese tea, ten countries more than that of 2010.

In recent years, the tertiary industry became closely related to tea industry. For example, tea tourism industry has developed in a good way. With the increasing popularity of the tea creative industry, the investments of constructing the tea brand

increased continuously and brought obvious effects in promoting vigorously the tea culture with diversifying methods. Moreover, China expands tea education to facilitate the rapid development of its tea industry.

With respect to the quality, China also makes further advances in its security level. With regard to the tea production technology, it attaches much more attention to the ecology, high – technology, standardization as well as normalization.

On the basis of the past tea circulation system, the upgrading and transformation of tea industry are speeding up. Therefore, a fresh new pattern of the modern tea industry is coming into being gradually. Certainly, there still exists various important problems, such as small industrial scale, low export quantity, insufficient mature technology of deep processing in tea products and the poor extension strengths of international market, etc. As a result, the tea culture exerts a weak influence on the outside world. Consequently, it will remain a target and mission for the tea industry of China in a relatively long period to remove these shortages.

On the basis of the *Blue Book of Tea Industry 2011*, we present the 2013 version, in the hope of interpreting the new face of Chinese tea industry with a fresh new objective perspective, capturing its developing route in the new situations, dissecting its focus questions in development, as well as promoting its transformation and upgrading. For these purposes, this Blue Book falls into five parts: part I summarizes the overall situations of the development of Chinese tea industry on all sides; part II makes thematic reports involving the current situation of Chinese tea industry and the future cross – strait cooperation research on tea industry, etc. ; part III conducts research and reports on the industry development in various tea production regions respectively; part IV conducts thematic reports on the main tea categories in China; and the last part analyzes the focal problems of the Chinese tea industry in 2011 distinctively.

The arrangement of these parts is able to demonstrate the systematical and accurate records of tea industry situation of 2011 in a comprehensive and logical way. Under the circumstance of new marketing development, this Blue Book analyzes



the Chinese tea industry comprehensively, and lays the foundation for its stepping into the modern commercialization trend.

As far as the current situation is concerned, the tea industry development is still in a rising trend. However, its urgent and significant need to upgrade and integrate with the international market, requires not only unswerving efforts of tea growers and enterprises, but also a variety of supporting policies from government. In such a context, this Blue Book, as an important reference book, will make great contribution to the sustainable development of the Chinese tea industry. We are convinced that, with the globalization and modernization of the tea business, Chinese tea industry will have a bright future.

序 言

中国是世界上重要的产茶大国之一，拥有悠久的茶叶生产历史，也是茶文化的发源地。随着经济全球化进程的加快，2011年，尽管受到严峻复杂的国际经济形势以及全球气候变化的深刻影响，中国的经济仍然保持了平稳快速增长。2012年，中共中央、国务院印发《关于加快推进农业科技创新持续增强农产品供给保障能力的若干意见》的一号文件，加大了对涉农相关产业的扶持力度，中国茶业作为中国经济发展的特色产业受到国家及各级政府的高度重视。

2011年，在冬春持续低温雨雪天气和干旱天气导致春茶开采时间推迟15天左右条件下，中国茶叶的国际贸易仍保持了上升态势。在茶叶生产方面，中国茶叶继续呈现快速增长态势，茶园面积、茶叶产量及产值再创历史新高。由于近年来食品质量问题受到社会各界的高度关注，中国茶叶产区对茶叶商品的质量和安全水平给予了高度重视，各茶叶产区利用高科技、生态、安全的茶叶生产技术，通过推广茶树无性系良种和稳定发展名优茶来提高茶叶的质量档次和效益，取得了重大成效。在茶叶加工方面，各生产企业围绕品质进行了茶叶加工技术的开发，力求实现名优茶叶的规范化和标准化生产，加速推广茶叶的安全清洁化生产，积极面对“绿色壁垒”和更为严格的品质挑战。在茶叶流通方面，2011年，中国茶叶网络营销的流通模式兴起。在茶叶消费方面，许多茶企采取了明星代言模式带动消费者对茶叶的购买，中国茶叶消费量继续保持上升势头，价格同比增长明显。茶叶消费呈现多样化、个性化、礼品化趋势，有效地促进了茶叶消费结构的调整。此外，第三产业是茶产业发展的重要方向之一。2011年，中国茶旅游发展势头迅猛，茶馆业在经济浪潮中逐渐盛行，茶艺逐渐深入了人们的文化生活。

在茶叶质量与茶叶安全问题上，随着茶产业的发展，以及民间和政府对食



品质量安全的日趋重视，茶产业相关部门采取了更为严苛的质量管理标准，加强了自律，参照中国社会科学院法学研究所研究员周汉华提出的多元的三角监督模式结构，对茶叶乃至整个食品行业进行监督管理。在这一过程中，健康饮茶越来越成为趋势，高度重视茶叶中的稀土含量成为重点问题，适当调整茶叶中的稀土限量指标成为维护健康最主要的价值判断标准。目前，科学的检测方法是泡饮的茶叶采用茶汤检测，食用茶（含衍生食用产品）采用全茶检测。

推动茶企业走出国门是未来茶产业发展的国际主题，茶文化的传播，茶企形象的提升，茶品性价比的提高，为中国茶产业的发展提供了坚实的基础。

目 录



Ⅱ I 第一部分 中国茶产业总报告

Ⅱ.1 中国茶产业总报告.....	001
一 中国茶叶生产与加工.....	002
二 流通环节.....	010
三 消费环节.....	014
四 2011 年中国茶产业发展的思考	026

Ⅱ II 第二部分 中国茶产业发展专题报告

Ⅱ.2 中国茶产业的现状、问题及未来.....	033
Ⅱ.3 中国茶叶质量安全.....	040
Ⅱ.4 由普洱茶国家标准引发的对茶叶标准体系构筑的思考.....	048
Ⅱ.5 中国红茶热探析.....	064
Ⅱ.6 茶企明星代言模式的商业效应与理性解析.....	071
Ⅱ.7 安溪铁观音“走出去”战略探讨	075
Ⅱ.8 海峡两岸茶产业合作研究.....	080
Ⅱ.9 茶文化促进祖国和平统一.....	089



Ⅲ 第三部分 中国茶产业发展区域报告

Ⅲ.10	2012 年福建省茶产业发展研究	093
Ⅲ.11	2012 年云南省茶产业发展研究	105
Ⅲ.12	2012 年浙江省茶产业发展研究	109
Ⅲ.13	2012 年湖北省茶产业发展研究	121
Ⅲ.14	2012 年湖南省茶产业发展研究	130
Ⅲ.15	2012 年安徽省茶产业发展研究	143
Ⅲ.16	2012 年广东省茶产业发展研究	153
Ⅲ.17	2012 年河南省茶产业发展研究	168
Ⅲ.18	2012 年重庆市茶产业发展研究	183
Ⅲ.19	2012 年江苏省茶产业发展研究	188
Ⅲ.20	2012 年山东省茶产业发展研究	196
Ⅲ.21	2012 年台湾茶产业发展研究	221

Ⅳ 第四部分 中国主要茶类专题报告

Ⅳ.22	中国主要茶类专题报告	229
------	------------------	-----

Ⅴ 第五部分 中国茶叶案例

【深度分析】

Ⅴ.23	2011 年中国茶业发展案例精选	250
------	------------------------	-----

【经典示范】

B.24	春伦：续写茉莉花茶新篇章	275
B.25	日春：务实做人，实在做茶	277
B.26	山国饮艺：文化造势，文化立市	279
B.27	魏荫名茶：乌龙茶专家	280
B.28	瑞泉：大红袍传承	282
B.29	曦瓜大红袍：做最正的岩茶	283
B.30	印象大红袍：5000 万风投助力“水泥 + 鼠标”模式	284
B.31	安溪铁观音集团：拟做铁观音第一股，打造中国版 “立顿梦”	286
B.32	品品香茶业：打造白茶文化强势品牌	287
B.33	新坦洋：塑造现代化茶企业	289
B.34	三和茶业：三和创发展	291
B.35	天福茶业：开创中国茶企连锁先河	293
B.36	富硒茶业：一体化，新工艺	294
B.37	妙品栗香：打造现代办公用茶	295
B.38	吴裕泰茶业：追上年轻人的步伐	297
B.39	大益：以全产业链的整合提升品牌价值	299
B.40	竹叶青：揭竿品牌运动	301
B.41	花秋茶业：抒写花茶新篇章	303
B.42	狮峰茶叶有限公司：攀龙井之巅	305
B.43	湖南省茶叶集团股份有限公司：传一品湘茗 铸中华文化	307
B.44	刘氏茶叶：千年刘茶 汉家文化	309

CONTENTS



Part I Overall Reports of the Chinese Tea Industry

B.1	Overall Reports of the Chinese Tea Industry	/ 001
-----	---	-------

Part II Thematic Reports about the Chinese Tea Industry's Development

B.2	The Current Situation, Issues and Future of Chinese Tea Industry	/ 033
B.3	The Quality and safety of Chinese Tea	/ 040
B.4	Thoughts of Constructing the Tea Standard System Triggered by the National Standard of Pu'er Tea	/ 048
B.5	Analysis of China's Black Tea	/ 064
B.6	The Commercial Effect and Rational Analysis of the Model of Celebrity Endorsement of Tea Enterprises	/ 071
B.7	The Strategic Discussion on the "Going out" of Tieguanyin Tea.	/ 075
B.8	The Cross-strait Cooperation Research on Tea Industry	/ 080
B.9	The Tea Culture Promotes China's Peaceful Reunification	/ 089

Part III The Regional Reports of the Chinese Tea Industry's Development

B.10	The Research on Tea Industry's Development of Fujian Province in 2012	/ 093
B.11	The Research on Tea Industry's Development of Yunnan Province in 2012	/ 105
B.12	The Research on Tea Industry's Development of Zhejiang Province in 2012	/ 109
B.13	The Research on Tea Industry's Development of Hubei Province in 2012	/ 121
B.14	The Research on Tea Industry's Development of Hunan Province in 2012	/ 130
B.15	The Research on Tea Industry's Development of Anhui Province in 2012	/ 143
B.16	The Research on Tea Industry's Development of Guangdong Province in 2012	/ 153
B.17	The Research on Tea Industry's Development of Henan Province in 2012	/ 168
B.18	The Research on Tea Industry's Development of Chongqing City in 2012	/ 183
B.19	The Research on Tea Industry's Development of Jiangsu Province in 2012	/ 188
B.20	The Research on Tea Industry's Development of Shandong Province in 2012	/ 196
B.21	The Research on Tea Industry's Development of Taiwan Straits in 2012	/ 221



Part IV Thematic Reports on the Main Tea Categories in China

B.22	Thematic Reports on the Main Tea Categories in China	/ 229
------	--	-------

Part V China's Tea Cases

In-depth Analysis

B.23	Cas Study of China's Tea Industry Development in 2011	/ 250
------	---	-------

Classical Demonstration

B.24	Chunlun: Writing a New Chapter of Jasmine Tea	/ 275
B.25	Richun: Be a Good Person, Make Good Tea	/ 277
B.26	Shanguo Yinyi: Culture as the Engine and Foundation of the Cities	/ 279
B.27	Weiyin Tea: Experts of Oolong Tea	/ 280
B.28	Ruiquan: Inheriting the Dahongpao Tea	/ 282
B.29	Xigua Dahongpao Tea: Being the Most Orthodox Rock Tea	/ 283
B.30	Yinxiang Dahongpao Tea: 50 Million Risk Investment Promotes "Cement plus Mouse" Mode	/ 284
B.31	An'xi Tieguanyin Tea Group: Intending to Become the First Share of Oolong Tea, and Creating the Chinese Version of the Lipton Dream	/ 286
B.32	Pinpin Xiang Tea Industry: Creating a Strong Brand of White Tea Culture	/ 287
B.33	Xin Tan Yang Tea: Shaping Modern Tea Enterprises	/ 289