

全球市场 | 经营模式 | 社会责任

中国茶业全球化之路

刘年艳◎著



中国出版集团



研究出版社

中国茶业全球化之路

刘年艳◎著

常州大学图书馆
藏书章



中国出版集团



研究出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国茶业全球化之路 / 刘年艳著. — 北京: 研究出版社, 2017.11

ISBN 978-7-5199-0198-1

I. ①中… II. ①刘… III. ①茶业—经济全球化—研究—中国 IV. ①F326.12

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 249400 号

图书出品人 / 赵卜慧

发行总监 / 黄绍兵

责任编辑 / 陈侠仁

书名 / 中国茶业全球化之路

作者 / 刘年艳 著

出版发行 / 研究出版社

地址 / 北京市东城区沙滩北街 2 号中研楼

邮政编码 / 100009

电话 / 010-64217619 (发行中心) 64298250 (总编室)

网址 / www.yanjiuchubanshe.com

印刷 / 北京建宏印刷有限公司

开本 / 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

字数 / 317 千字

印张 / 20.75

版次 / 2017 年 11 月第 1 版 2017 年 11 月第 1 次印刷

书号 / ISBN 978-7-5199-0198-1

定价 / 58.00 元

版权所有, 翻印必究; 未经许可, 不得转载



刘年艳（左三）向墨西哥茶商推介中国茶，并提议在墨西哥创建“中国茶海外中心”和建立茶业创新示范基地。



刘年艳（右二）向非洲茶商推介中国茶，并提议在非洲创建“中国茶海外中心”与面向非洲的茶制造配送基地。



刘年艳（右二）向伊朗茶商讲解绿茶生产工艺，并推介茶加工设备。



刘年艳（右一）向土耳其茶商推介中国茶，并探讨在土耳其创建中国茶技术创新合作平台。



刘年艳（左一）向非洲茶商推介中国茶。



刘年艳（左二）向墨西哥茶商推介中国茶及先进的茶叶制造技术，共同研究中国茶业技术的海外输出方式。



刘年艳（中）向印度茶商推介中国茶创新情况，并向印度茶商推介中国养生茶新产品，就中国绿茶及特种茶的加工工艺提出合作设想。



刘年艳向非洲茶商推介中国茶，并提议在埃塞俄比亚创建“中国茶海外中心”的构想。



刘年艳（右三）与孟加拉国企业家就帮助该国提升茶产业制造能力、创建“中国茶海外中心”提出合作建议。



刘年艳倡导并组织的“一带一路与中国茶业走出去座谈会”。会上提议创建“世界茶节”“中国茶海外中心”等设想。



在中国茶叶经济年会上，刘年艳做创新推动茶业转型发展的报告。他提出迎接全球化与生活化、推动中国茶业转型升级的构想。



在由刘年艳倡导并创办的首届全国养生茶业发展大会上，他提议加快中国养生茶创新，形成全球茶产业新优势。



由刘年艳（右二）提议加快推进茶旅游融合发展，参加茶旅游研讨会并做主题报告。提议以茶元素为主题，创建茶园综合体，推动茶业转型升级。



刘年艳在中国茶业大会上做中国茶业电子商务发展展望报告。他提出新业态、新产业、新产品、新市场创新是推动茶产业转型升级的重要动力。



刘年艳（左三）被地方政府企业、协会聘请为发展专家顾问，受聘为中国茶叶流通协会专家顾问。



为实现中国茶产业的全球化与生活化的创新，推动茶产业转型升级，刘年艳积极倡导组建茶业发展智库专家团，并成为首席专家。



刘年艳倡导在茶行业组建茶业智库专家团，并以首席专家身份作报告。



由刘年艳倡导并参与组织的“世界茶节”活动，在湖南桃源县正式启动。全球35个国家与地区响应参与，全国500多地加入，极大地推动了中国茶的全球化与生活化。



由刘年艳倡导并参与组织的“世界茶节”活动举行。



让世界爱上“中国茶”

200多年前，我国茶叶产量、出口量占世界第一。100多年前，我国茶叶还称霸世界，1896年前，中国茶叶出口量占世界市场的90%。茶叶，被国人誉为“国饮”。

现在，全球有60多个产茶国，160多个国家消费茶叶，占总人口一半的人饮茶，饮茶之风盛行世界。我国茶区分布广泛，种类之多、饮茶之盛、茶艺之精，堪称世界之最。随着人类文明的进步、生活水平的提高和科学技术的发展，茶及茶事活动已被世界人民作为保健康乐、社会联谊、净化心灵、传播文化的载体与纽带。

100多年前，中国茶叶垄断着世界茶叶市场。100年后的今天，中国茶叶在世界上的地位是：面积第一，产量第二，出口第三，创汇第四。出口茶叶均价为斯里兰卡的4成，印度的6成，肯尼亚的8成。1900年，全世界茶叶出口量27.48万吨，其中印度茶叶出口量8.7万吨，首次超过了当时中国的8.37万吨，此后，印度占据茶叶出口第一大国达90年。1907年，日本绿茶在美国市场首次超过中国，此后，日本茶叶在美市场不断扩大。1913年，斯里兰卡（当时称锡兰）茶叶出口

8.68万吨，首次超过当时中国的8.27万吨，跃居世界第二。此后，中国一直落后于斯里兰卡。中国和斯里兰卡对比，1990年中国出口量20.4万吨，创汇4.2亿美元；斯里兰卡出口量20.3万吨，创汇3.7亿美元，两国出口量、出口值相当。正因如此，才有了“中国七万茶企不如一个立顿”的感叹。

当前，我国已成为全球最大的产茶国和茶叶消费市场。2016年，中国茶园面积287万公顷、产量240多万吨，种植规模世界第一，消费量超过200万吨。现在全球产茶国和地区已达60多个，茶叶产量近600万吨，贸易量超过200万吨，饮茶人口超过20亿。

中国是茶的故乡。重振中国茶之雄风，让世界深爱中国茶，这是所有茶人的理想，也是中国茶业发展的世纪梦想。笔者想以此作为研究的起点，结合自己多年的思考与实践，以启发全国茶人的深思，进而促进茶人共同行动去创造中国茶发展的新时代。

世界为何要爱中国茶？

神农尝百草遇毒得茶而解之，这是发现茶叶伊始。从茶叶解毒到茶产业的繁荣，从喝茶解渴到品茶养生，伴随着中华民族的繁衍生息，形成了独特的茶叶发展历史。茶叶是人们物质生活的必需消费品，品茶又是人们精神生活的一部分。“开门七件事，柴米油盐酱醋茶”，正是人们对茶事生活化的真实写照。

中国茶是健康养生佳品，健康之液，灵魂之饮。现代科学大量研究证实，茶叶含有与人体健康密切相关的生化成分，茶叶不仅具有提神清心、清热解暑、消食化痰、去腻减肥、清心除烦、解毒醒酒、生津止渴、降火明目、止痢除湿等药理作用，还对辐射病、心脑血管病、癌症等现代疾病有一定的药理功效。茶叶具有药理作用的主要成分是茶多酚、咖啡碱、脂多糖、茶氨酸等。

在日常生活中，中国茶是礼尚往来的友好使者，是友谊、信任及美好情谊的代表。在国际交流，民间交往与节庆活动中，茶礼、茶饮及茶艺都是人们交流情感的重要形式与内容。进门呈上茶，谈事饮茶，话中聊茶，相互比茶，人们在茶事中，消除隔阂，增进感情，这是茶给人带来的心灵冲击，是伦理情怀的释怀。茶是人们交往、礼尚往来的重要礼品，传递着人们的友好与情意，承载着中华文明的伦理情怀；与人们生活方式、民风民俗息息相关。茶文化的时代演绎，促进茶

文化艺术化创新发展,已经成为人们重新品味茶业重要性的认识视角。

“丝绸之路”,茶马古道,是人们超越自我、不断向外求索的一种共同的精神追求,推动各民族、各国各地区的友好交往。2000多年前,亚欧大陆上勤劳勇敢的人民,探索出多条连接亚欧非几大文明的贸易和人文交流通路,后人将其统称为“丝绸之路”。千百年来,“和平合作、开放包容、互学互鉴、互利共赢”的丝绸之路精神薪火相传,推进了人类文明进步,是促进沿线各国繁荣发展的重要纽带,是东西方交流合作的象征,是世界各国共有的历史文化遗产,这是人类共有的精神财富。这正是茶之精神的历史印证。

全世界有20多亿人钟情于饮茶,全球大约有60多个国家种植茶叶,160多个国家和地区有茶叶消费习惯。在全球茶业的发展历程中,中国茶展现出独特的魅力。世界产茶区的历史是中华民族茶叶制造技术与茶文化传播的历史。

多年来,我国形成了长江中下游名优绿茶、东南沿海优质乌龙茶、长江上中游特色绿茶、西南红茶和特种茶4大优势区域,是世界上唯一生产绿、红、青、黑、白、黄6大茶类的国家,全球领先能力,技术服务能力,为世界各地茶区域化发展提供强有力的技术支撑。茶文化生活化与艺术化的统一,茶馆,茶装饰,茶具,茶与旅游、茶与乡村的融合展示着“中国茶”的新风,影响着全球茶业的创新与发展。

纵观全球茶叶发展现状及未来走向,重振中国茶雄风,将面临三大挑战:第一,如何实现中国茶业全球市场最大化;第二,如何建立与拥有持续的全球竞争优势;第三,如何创新引领全球茶业发展。这三大挑战,也是中国茶业全球化的三大机遇。

总体来说,中国茶的未来振兴,主要通过中国茶业综合能力的提升,整体优势的打造及创新推动引领产业发展来实现。

全面提升“中国茶”发展的综合能力。这要围绕实现市场的最大化来展开,着力点在产业资源的占有能力,区域市场的引领与实现能力以及可持续发展的产业发展能力的提升三个方面。一是要做好中国茶产业发展的全球布局。依据市场发展的需要,重点掌控品种资源、市场资源、科技创新资源,推进产业链各环节在全球的布局。二是面向全球区域市场茶产业主体转型升级的需要,通过科技创新、业态创新、产品创新,促进中国茶产业发展与全球区域市场主体

的有机结合。三是以利益共同体创建为平台，立足茶用户、批发商、生产者、进出口公司等相关经营主体的利益诉求，推动各自的利益得到合理的回报。四是优化全球茶业贸易与合作的支撑体系。降低贸易壁垒，提高检测、物流效率。

打造中国茶业发展的综合优势。综合优势是相对全球茶业的供给能力及中国茶满足市场的需求能力来说的。中国茶产业的综合优势的打造，主要通过四个方面来实现：一是创建品种资源优势。以科技创新推动传统茶种质资源创新，以优势的资源提升传统产品的品质，通过拓展与配植养生茶新茶业资源，为新型产业的引领创造条件。传统茶树品种资源与养生茶新型资源相结合，逐步形成面向未来的新茶业种质资源全球优势。二是着力打造优质产品制造优势。建立满足与引领市场需要的产品制造模式，在产品类别、产品形态、原料拼配、包装形式等环节的融合创新，实现面向市场个性化需求的智能化产品生产。重点是以创建“中国智能茶业”为抓手，将中国茶业全球化发展建立在大数据技术的基础上，广泛应用现代物联技术，大力发展茶产业物联智能连接，实现茶业与社会经济生活智能互联互通，推进管理的智能化，真正实现满足全球茶市场与引领全球茶市场的统一。三是提升优势产品战略地位。打造绿茶优势与发酵茶的战略地位，加快发展养生茶产业，推进茶产品饮品化。同时，与茶文化的产业化及相应的产业相结合，打造外延产品集群优势。四是打造智能装备创新优势。立足全球茶业转型升级的战略需要，围绕茶园智能管理与机械化采摘、茶叶原料从鲜叶分拣到原料加工以及全自动化工艺流程制造的需要展开智能装备的创新。

推进“中国茶”全产业链整体创新。创新的目标是推动中国茶产业在全球市场范围内，由适应型发展模式向引领型发展模式的转型，创建起可持续发展的中国茶产业。其目的是提升中国茶产业综合能力及整体优势。引领性的创新是促进中国茶业综合能力与整体优势形成与发展的根本保证，在于立足当代需求，把握产业发展的未来需求；立足市场的共性需求，把握用户个性化需求。通过创建新市场、新产品、新业态、新产业来实现中国茶产业的整体创新。

首先，创建新市场。创新市场的核心是构建新型的茶产业的供求关系。市场的创新要在三个层面上来展开：一是构建大数据茶市场体系，面向全球市场，依据一个区域的消费数据，建立时间市场、人群市场、区域市场相结合的