广东茶叶产业分析报告2018

摘要：

# 2018年广东茶叶产业现状

## （一）生产规模继续扩大

2018年广东省茶园面积为93万亩，同比增长6.16%，占全国茶园总面积的2.12%；干毛茶产量为9.65万吨，同比增长3.88%，占全国茶叶总产量的3.69%；单产为103.72公斤/亩。2018年广东省茶园面积、茶叶产量和单产分别排在全国第13位、第9位和第2位，位次均保持不变。从2000年至2018年，广东省茶园种植面积经历了先减少后增加的过程，2000—2008年之间茶园面积波动下降，2009年开始逐步上升，年均增长率为2.03%；茶叶产量在2004年之前较为稳定，2005年开始逐渐增加，2009年之后产量增长速度较快，年均增长率为4.72%。

数据来源：国家统计局（2000-2017），中国茶叶流通协会（2018）

**图1 广东省历年茶园面积与茶叶产量**

## （二）产品结构不断优化（更新到2018年）

据中国农村统计年鉴数据显示，2017年全省绿茶产量37607吨，占40.49%；乌龙茶产量41050吨，占44.19%；红茶产量6396吨，占6.89%；其他茶占8.43%。近年来，绿茶占全省茶叶总产量的比重不断下降，而乌龙茶占比大幅上升，红茶占比也有上升趋势。广东省绿茶产量占全国绿茶产量的2.3%，排在第十三位；红茶占全国的2.84%，排在第八位；乌龙茶占全国的15.39%，排在第二位。全省茶类结构不断优化，乌龙茶和红茶的优势地位逐渐凸显。

## （三）产区分布特色鲜明

从种植面积来看，广东茶叶生产主要集中在粤东、粤北地区，分别占全省茶园面积的65.29%、18.68%。从产量来看，广东茶叶生产主要集中在粤北、粤西和粤东，分别占全省茶叶产量的47.31%、28.73%和16.65%。从优势区域来看，广东省已形成了潮汕单从茶、粤北“英红九号”红茶、客家绿茶等三大优势区域；此外，江门新会的柑普茶发展势头迅猛，成为中国再加工茶类的重要产品之一。

## 消费流通优势明显

广东是全国茶叶消费第一大省，2018年广东省茶叶年销售量约为25万吨，占全国总销量的十分之一，稳居全国首位。广州芳村茶叶批发市场交易额约80多亿元/年，茶叶流通量全国第一。广东茶叶电商交易活跃，2018年天猫“双十一”广东茶叶卖家数量、支付买家数量均居全国第一，分别占总量的18%和13.2%，平均客单价高达290.75元，居全国首位。

2018年全省茶叶出口量为6664.51吨，同比增长4.9%；茶叶出口额为8095.87万美元，同比下降22.96%。广东省茶叶出口均价为12.15美元/千克，是全国茶叶出口均价4.87美元/千克的2.49倍，且高于全国各茶类的出口均价。

**图2 2018年全国各茶类出口情况**

## 品牌效应日益显现

2018年，广东省茶叶类区域公用品牌共有28个。其中，凤凰单丛茶和英德红茶于2017年被评为“中国优秀茶叶区域公用品牌”。区域公用品牌除了覆盖到绿茶、红茶、乌龙茶、白茶等传统茶类，还有柑普茶和植物饮品茶。据统计，区域公用品牌产品占全省茶叶总产量的68%。

# 二、茶叶区域公用品牌发展情况

样本监测了广东省十个区域公用品牌，其中绿茶品牌4个，分别是马图绿茶、紫金绿茶、东源仙湖茶和沿溪山白毛尖；红茶品牌3个，分别是英德红茶、鹤山红茶；柑普茶品牌1个，新会柑茶；综合茶类品牌3个，分别是象窝茶、开平大沙茶和罗坑茶。其中有地理标志保护的品牌是6个。

## （一）区域公用品牌生产规模

样本区域公用品牌2018年总种植面积为33.06万亩，产量2.24万吨，产值82.208亿元，面积和产量分别占广东省的35.55%和23.21%。其中，英德红茶的面积和产量均排在区域品牌的首位，达到了12.3万亩和0.83万吨。预计2019年各区域品牌产量稳中有增，英德红茶在面积持续增加的情况下，产量也将有较大的增长比例。

**图3 2018年区域品牌生产规模**

## （二）区域公用品牌的经济效益

2018年区域品牌的平均亩产值为2.4866万元/亩。其中，新会柑茶的亩均产值最高，达到了3.3882万元/亩；英德红茶、沿溪山白毛尖、罗坑茶、鹤山红茶的亩均产值均超过了2万元/亩；马图绿茶、紫金绿茶、东源仙湖茶、开平大沙茶和象窝茶的亩均产值在1万元~1.4万元之间。

从亩均效益来看，区域品牌的亩均效益为1.1661万元/亩，其中英德红茶的亩均效益最高，达到了1.4846 万元/亩；罗坑茶和新会柑茶的亩均效益也都超过1万元/亩；鹤山红茶、马图绿茶、紫金绿茶和东源仙湖茶的亩均效益在5千元~1万元之间；沿溪山白毛尖、开平大沙茶和象窝茶的亩均效益较低，在3千元~5千元之间。

从毛利率来看，英德红茶、罗坑茶、马图绿茶和东源仙湖茶的毛利率均在50%及以上，其他品牌的毛利率在20%~50%之间。沿溪山白毛尖虽然亩均产值较高，但生产成本也高，毛利率仅有20%。

**表1 各区域品牌的生产效益**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 区域品牌 | 亩均产值（万元/亩） | 亩均效益（万元/亩） | 毛利率 |
| 新会柑茶 | 3.3882 | 1.3176 | 38.89% |
| 英德红茶 | 2.6317 | 1.4846 | 56.41% |
| 沿溪山白毛尖 | 2.4462 | 0.4892 | 20.00% |
| 罗坑茶 | 2.4000 | 1.4000 | 58.33% |
| 鹤山红茶 | 2.2000 | 0.8800 | 40.00% |
| 马图绿茶 | 1.4000 | 0.7700 | 55.00% |
| 紫金绿茶 | 1.3846 | 0.6231 | 45.00% |
| 东源仙湖茶 | 1.0909 | 0.5455 | 50.00% |
| 开平大沙茶 | 1.0800 | 0.3600 | 33.33% |
| 象窝茶 | 1.0000 | 0.3000 | 30.00% |

## （三）品牌建设投入与带动农户

除马图绿茶外，各区域品牌建设均有当地政府的财政投入，2018年区域品牌建设财政投入总计为2755万元，其中英德红茶和新会柑茶的财政投入最高，达到了600万元。预计2019年区域品牌建设财政投入将增加到4500万元。

在带动农户上，2018年十个区域公共品牌共带动农户19.8万人，预计2019年带动农户人数将达到21万人。其中，英德红茶由于规模最大，带动农户能力最强。区域公共品牌在产业带动农户脱贫致富上起着非常重要的作用。

# 三、2018年广东省名牌茶企发展现状

本报告样本数据来源于104家广东省名牌茶叶生产企业，其中，省级龙头企业36家，市级龙头企业36家，县级龙头企业6家，非龙头企业26家；珠三角25家，粤东51家，粤西10家，粤北28家。这104家广东省名牌茶企，主要生产销售绿茶、红茶、乌龙茶、白茶4类传统茶和再加工的柑普茶，以及包括桑叶茶、菊花、溪黄草茶、番石榴代用茶等在内的植物饮品茶，样本名牌茶产品共149个。

## （一）中型企业为主导，缺少大型茶叶企业

从2018年的销售规模来看，亿元以上销售规模的企业有2家，占1.92%；销售规模在5千万元至1亿元之间的企业有28家，占26.92%；销售规模在2千万元至5千万元之间的企业有37家，占35.58%；销售规模在500万元至2千万元之间的企业有17家，占16.35%；销售规模小于500万元的企业有20家，占19.23%。广东省名牌茶企以中型企业为主，亿元以上的大规模企业较少，这也跟整个茶叶产业的企业规模相一致。

**图4 2018年名牌茶企销售规模分布**

## （二）产量稳中有增，柑普茶快速增长

2018年，名牌茶企的茶叶总产量为7343.46吨，占广东省茶叶总产量的7.61%。其中，绿茶2234.17吨，占30.42%；红茶2060.50吨，占28.06%；乌龙茶1952.39吨，占26.59%；白茶205吨，占2.79%；柑普茶130.68吨，占1.78%；植物饮品茶760.72吨，占10.36%。与2017年相比，名牌茶企的茶叶总产量同比增长0.99%。红茶、乌龙茶产量微降；绿茶、白茶、柑普茶和植物饮品茶产量均增加，柑普茶增长幅度最大，增长了31.92%。

**图5 2018年名牌茶企茶类生产分布**

**图6 2018年名牌茶企各茶类产量同比增长率**

## （三）以传统线下渠道为主，省外和出口面临较大压力

名牌茶企的茶叶主要销往省内，2018年省内销售量占78.3%，省外销售量占20.91%，出口量仅占0.79%。不论从销售量和销售额来看，与2017年相比，省内销售占比上升，省外销售和出口的占比都有小幅下降。2018年，名牌茶叶电商销售量为811.65吨，占总销售量的11.14%；电商销售额为2.78亿元，占总销售额的9.84%。与2017年相比，电商销售量同比上涨13.92%，电商销售额同比上涨1.82%。

**图7 名牌茶企销售渠道分布**

**表2 2018年各茶类的销售渠道分布**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 省内销售量占比 | 省外销售量占比 | 出口销售量占比 | 电商销售量占比 |
| 绿茶 | 79.21% | 20.75% | 0.03% | 12.10% |
| 红茶 | 81.24% | 18.52% | 0.24% | 12.58% |
| 乌龙茶 | 72.70% | 25.20% | 2.10% | 10.80% |
| 白茶 | 68.52% | 31.48% | 0.00% | 0.68% |
| 柑普茶 | 91.62% | 8.38% | 0.00% | 3.08% |
| 植物饮品茶 | 82.58% | 16.16% | 1.26% | 8.91% |
|  | 省内销售额占比 | 省外销售额占比 | 出口销售额占比 | 电商销售额占比 |
| 绿茶 | 82.08% | 17.74% | 0.18% | 3.43% |
| 红茶 | 80.58% | 18.88% | 0.54% | 13.96% |
| 乌龙茶 | 71.34% | 25.00% | 3.66% | 12.79% |
| 白茶 | 67.38% | 32.62% | 0.00% | 10.13% |
| 柑普茶 | 92.03% | 7.97% | 0.00% | 5.89% |
| 植物饮品茶 | 92.93% | 6.85% | 0.22% | 11.29% |

从各茶类的销售分布和同比变化来看，广东乌龙茶有出口优势；白茶省外销售优势明显；柑普茶和植物饮品茶省内销售有优势。绿茶、红茶、乌龙茶的线上销售量均超过了10%，但绿茶线上价格偏低。

整体来看，广东省名牌茶叶以省内线下传统销售渠道为主，省外销售和出口面临较大压力，线上绿茶价格竞争激烈。名牌企业需积极调整各渠道的产品结构和营销策略。

表3 2018年各茶类的销售量与销售额同比变化

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 省内销售量同比 | 省内销售额同比 | 省外销售量同比 | 省外销售额同比 | 出口销售量同比 | 出口销售额同比 | 电商销售量同比 | 电商销售额同比 |
| 绿茶 | 6.60% | 4.59% | 7.29% | 2.10% | -94.89% | -79.91% | 30.10% | 5.94% |
| 红茶 | -4.15% | -3.24% | -1.88% | 3.22% | -80.28% | -46.15% | 3.12% | -4.36% |
| 乌龙茶 | -3.99% | 3.96% | -12.71% | -0.53% | 0.88% | 4.56% | 13.26% | 7.06% |
| 白茶 | 1.17% | 9.49% | 1.42% | 10.08% |  |  | 9.09% | 3.45% |
| 柑普茶 | 12.23% | 22.61% | -50.59% | -44.93% |  |  | 14.87% | 22.19% |
| 植物饮品茶 | 14.71% | 7.03% | 24.54% | 0.85% | -19.44% | -12.63% | 7.83% | 1.63% |

# 四、名牌茶产品效益分析

## （一）名牌茶产品的经济效益

从名牌企业的数据来看，2018年名牌茶产品的平均销售单价为388.17元/千克，比2017年同比上涨了2.13%。分茶类来看，2018年柑普茶的平均销售单价最高，为1242.4元/千克；其次是红茶，平均销售单价为428.37元/千克；其他茶类平均销售单价均在300~400元/千克左右。相比2017年，红茶、乌龙茶、白茶、柑普茶平均销售单价均有上升，柑普茶的单价上升幅度最大；绿茶和植物饮品茶的平均销售单价小幅下跌。

图8 2018年各茶类的平均销售单价

2018年，名牌茶产品的总产值达28.56亿元，亩均产值1.5472万元/亩，利润总额2.9461亿元，销售利润率达10.41%。相比2017年，利润总额增长了3.04%，利润率增加了0.09%。

图9 2018年各茶类亩均产值

从各茶类的亩均产值来看，柑普茶的亩均产值最高，达到了3.6871万元/亩；其次是乌龙茶，亩均产值为1.9187万元/亩；绿茶、红茶、白茶和植物饮品茶的亩均产值也都超过了1万元。从各茶类的销售利润率来看，2018年，红茶的销售利润率最高，达到了14.82%；其次是乌龙茶，为11.98%；绿茶的销售利润率最低，仅有3.29%。相比2017年，除乌龙茶的销售利润率小幅下降外，其他茶类的利润率都有上升，尤其是白茶的利润率上涨幅度最大。

图10 各茶类销售利润率

## （二）名牌茶产品的社会效益

2018年，名牌茶企带动农户97893户，平均每家名牌茶企带动941户；名牌茶企带动农户增收总额达9.1751亿元，平均每家名牌茶企带动农户增收882.22万元，平均每户增收9372.58元。名牌茶企带动农户增收效果明显。

# 五、广东茶产业发展对策建议

## （一）加强茶叶标准体系与质量安全体系建设

近年来，广东省逐步发布了一系列茶叶类地理标志保护产品的地方标准，但地方标准的发布只是茶叶标准体系建设的第一步，标准的监督实施和茶叶质量的监控监管才是茶叶标准体系建设的重点与难点。广东省应逐渐完善广东特色茶叶产品标准体系，结合国家标准和行业标准，逐步建立在全国具影响力的茶叶质量标准检验检疫平台，将绿色防控技术、投入品管理与优质农产品开发、品牌打造相结合，通过开展多形式、多层次的技术培训，建立茶叶科学定级标准依据，提高标准化生产普及率。建立健全茶叶质量安全监管制度，鼓励茶企完善和建设产品条形码或二维码标识，建立从茶园到茶杯全程茶叶质量安全可追溯体系。强化农药和肥料等投入品管理，建立健全投入品使用登记制度。引导茶叶专业合作社、茶叶龙头企业生产基地建立植保专业队，实行统防统治。

## （二）以市场需求为导向调整茶叶供给侧结构

目前整个茶产业都面临着结构性供求失衡问题，广东英德红茶近几年面积快速扩张，产能逐渐释放，广东市场也将面临供求失衡问题。茶叶消费具有很强的地域特征，广东茶叶在省内市场趋于饱和，省外市场竞争激烈，出口利润薄且质量要求严格。建议以市场需求为导向，逐步引导茶叶产品生产供给的质量安全提升和品种品质改良。实施多元化产品战略，以市场需求和消费者群体结构为依据进行产品结构调整。要尽快建立企业的消费者跟踪与分析系统数据库，积极进行茶叶市场调研，结合自身优势开发适合大众消费特征的茶叶产品，集中优势资源推出具有特色的明星产品和主导产品。

## （三）加大区域品牌宣传与企业品牌培育

我国茶产业存在规模大而不强、品牌多而不彰的问题，而同时各地方存在着区域品牌强、企业品牌弱的问题。

## （四）加速推动茶叶营销流通模式创新