

安徽省茶叶出口的发展现状和改善建议

王晗宸

安徽财经大学 安徽 蚌埠 233030

摘要: 安徽省是我国茶叶的主要生产和出口地区。近几年，一带一路倡议的全面推进和出口市场的不断扩大，为安徽省茶叶的出口贸易的进一步发展提供了良好的机遇。但是，出口目的地单一、品牌的国际影响力不高以及绿色贸易壁垒等问题也限制了安徽省茶叶出口贸易的进一步提升。为解决这些问题，提升安徽省茶叶出口贸易的质量，有必要进行更深层次的研究。

关键词: 安徽省；茶叶出口；建议

前言

安徽省具有栽培茶叶的优良自然地理条件。安徽茶叶不仅在全国市场上占有相当大的份额，也在国际茶叶市场上拥有相当可观的发展空间和机遇。因此，对安徽茶叶出口的发展成果及问题的探寻研究对安徽茶叶出口的发展具有重要意义。

随着贸易自由化和传统非关税壁垒不断被消除，跨境电商行业得到了广阔的发展空间。越来越多的安徽企业依托 TikTok 等海外短视频平台，进行跨境电商直播带货。各式各样的营销方式为吸引消费者的眼球而层出不穷。除此以外，包括欧盟在内的许多国家频繁调整其绿色贸易壁垒，增设繁琐的准入标准，这无疑对安徽茶叶的出口构成了严峻挑战。这些政策变动考验着茶叶行业的出口韧性和适应性。

本文通过对实际数据的详尽剖析，揭示了影响安徽茶叶出口贸易的关键因素，并在此基础上精心设计了一系列优化策略。这些策略旨在提升安徽省茶叶产品的国际市场竞争力，推动企业有效地拓展海外市场，实现迅猛增长并获取更大的商业利益。

1. 安徽省茶叶出口的发展现状

在近 10 年的时间里，安徽省茶叶产量稳中向好发展。从 2013 年的年产量 10.1 万吨，增长到 2023 年的 14.6 万吨，年平均同比增长率大约为 8%。安徽省不断稳定增长的茶叶产量为茶叶出口贸易的发展提供了坚实的支撑。

自 2010 年起，国家公布皖江城市带发展规划，推行区域经济发展策略。在从 2013 年开始的十年里，安徽省的茶叶出口贸易稳定增长，整体趋势稳中向好。

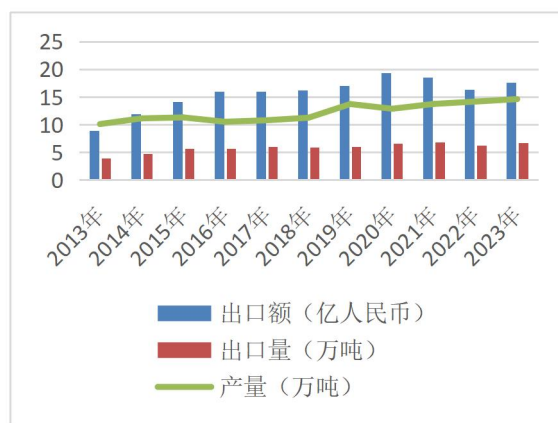


图 1 2013—2023 年安徽茶叶出口额，出口量及产量

数据来源：合肥海关

如图 1 所示，2013-2023 年安徽省茶叶对外贸易出口总体上呈现上升趋势。从 2013 年的 8.9 亿元人民币增长到 2023 年的 17.6 亿元人民币，其中在 2020 年达到近 10 年来的最高值，出口额高达 19.4 亿元人民币。2013-2016 年，安徽省茶叶出口额增长较快，由 8.9 亿人民币增至 16.0 亿人民币，历年的同比增长均在 10% 以上。2017-2020 年的三年间，由于出现连绵不断的阴雨，温度和日照不足等天气原因，安徽春季茶叶的采摘和上市时间比往年更晚，出口增长趋势放缓，甚至在 2017 年出现了微小的负增长。在国际市场上，近年来，由于其他茶叶出口国快速发展，成功占据部分市场份额，致使安徽省的茶叶在国际市场的地位有所下滑，相应的，茶叶出口贸易也受到不利影响。从 2020 至 2023 年间，茶叶出口的数据表现出显著的波动，这可追溯至 2019 年后，全球各国遭受不同程度的新冠疫情冲击，对各国之间的茶叶进出口贸易造成了广泛的影响。近年来，安徽省茶叶在出口方面的主要贸易合作伙伴均位于非洲地区。

表 1 2023 年安徽省茶叶出口贸易国排名（单位：万美元）

排名	2023 年		排名	2023 年	
	国家	出口额		国家	出口额
1	加纳	10385.7	11	几内亚	344.8
2	毛里塔尼亚	3478.6	12	德国	309.1
3	塞内加尔	2384.2	13	利比亚	206.0
4	阿尔及利亚	1880.1	14	冈比亚	200.2
5	多哥	1181.3	15	中国香港	176.7
6	贝宁	1059.5	16	科特迪瓦	166.6
7	摩洛哥	804.9	17	日本	123.0
8	乌兹别克斯坦	625.3	18	加蓬	79.2
9	美国	505.8	19	尼日利亚	61.3
10	法国	502.5	20	突尼斯	51.7

数据来源：中国茶叶进出口供求信息采集平台，合肥海关

安徽省的茶叶出口市场涵盖了非洲、亚洲以及欧美等多个国家和地区。据表 1 所示，2023 年度，安徽省茶叶出口的重点对象为非洲各国，其茶叶对外贸易的核心聚焦在非洲市场。亚非地区尤为集中了大部分的茶叶出

口目的国。在安徽省出口额排名前五的国家中，加纳、毛里塔尼亚、塞内加尔、阿尔及利亚和多哥全部属于非洲国家，显示出非洲市场在安徽省茶叶出口中的重要地位。在这些国家的出口总额普遍占安徽省茶叶出口总额的 60% 以上。安徽省在 2023 年的茶叶对外出口额为 17.6 亿人民币（约合 2.5 亿美元）。2023 年，安徽省茶叶出口至亚洲的重要市场分别是香港特区和乌兹别克斯坦，其出口值分别达到了 625.3 万美元和 176.7 万美元。然而，与之形成对比的是，安徽省茶叶在欧洲和日本以及北美各市场的出口量相对较小，这些地区的出口潜力有待进一步挖掘。在欧洲，仅有法国和德国跻身出口额前十，但数额并不显著，仅为 502.5 万美元和 309.1 万美元。可见，非洲国家市场在安徽省出口茶叶方面依旧占据主要地位。

在安徽的出口茶叶类型中，茶叶的品种主要是绿茶和红茶，其它类型的茶叶出口较少。绿茶是最主要的一种，占比基本都在 95% 以上，其次是红茶，其他茶品所占的出口比重相当低。

表 2 2020—2023 年安徽红茶与绿茶出口量（单位：万吨）

产品	2020 年		2021 年		2022 年		2023 年	
	出口量	占比	出口量	占比	出口量	占比	出口量	占比
绿茶	6.40	97.0%	6.54	96.2%	5.90	95.2%	6.52	97.3%
红茶	0.19	2.8%	0.19	2.8%	0.25	4.0%	0.14	2.1%
茶叶总量	6.6		6.8		6.2		6.7	

数据来源：合肥海关，中国茶叶进出口供求信息采集平台

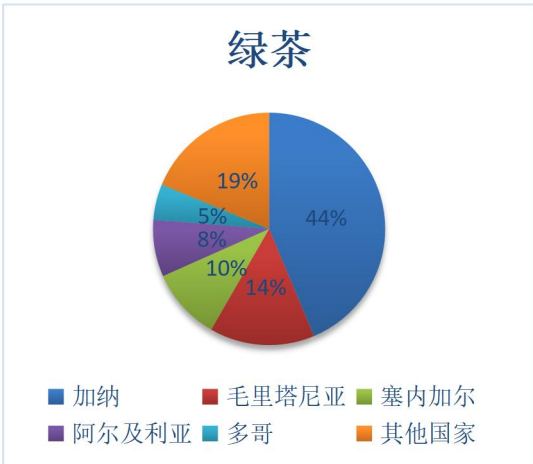


图 2 2023 年安徽红茶和绿茶贸易国出口额占比（单位：万美元）

数据来源：中国茶叶进出口供求信息采集平台

由表 2 所示，2020 年至 2023 年，绿茶的出口基本保持稳定，出口量基本在 6 万吨上下，出口额基本在 18

亿人民币左右，总体变化幅度不大。即使在 2020 年之后的后疫情时代，依然保持了出口上的稳定。由此可见，绿茶是安徽茶叶出口贸易中最主要的品种，依然存在充分的发展潜力。但在主流的海外茶叶市场中，与绿茶相比，红茶所占的市场份额更高。然而，红茶在安徽茶叶出口中的占比却不高，未来安徽应该考虑提高红茶的出口规模，同时拓宽茶叶出口的目标市场。

在 2023 年安徽省茶叶出口数据中，绿茶占据了 97.3% 的出口份额，成为安徽省最主要的出口茶类。这一情况源于安徽省茶叶的主要海外市场的特点。《2023 年中国茶叶进出口贸易分析报告》中指出，当年安徽茶叶出口位居前五的加纳、多哥、毛里塔尼亚、塞内加尔和阿尔及利亚均以进口绿茶为主。图 2 的数据清楚地显示，相较于绿茶，安徽省的红茶在国际市场上的出口量相对较小。2023 年，安徽省的红茶主要销往美国，其次是法国、德国、中国香港地区和日本。值得注意的是，欧盟和中东国家更偏爱红茶，然而，安徽省的茶叶市场主要分布在非洲，这些国家对绿茶的较为偏爱，对红茶的需求不足，加之部分非洲国家的消费能力有限，市场需求也比较单一和有限，这在一定程度上制约了安徽省红茶出口的增长。

表 3 2020—2023 年黄山市茶叶出口额占全省比重（单位：亿人民币）

	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年
黄山市	16.1	16.5	14.1	14.0
安徽省	19.4	18.6	16.3	17.6
黄山市 / 安徽省	83.1%	89.0%	86.6%	85.2%

数据来源：合肥海关

从表 3 可以看出，在 2020—2023 年这四年间，黄山市的茶叶出口额普遍占到了全省茶叶出口额的 80% 以上，安徽省其余 15 个市共计茶叶出口额不到全省 20%。根据来自合肥海关的数据，2023 年仅有合肥市与宣城市存在极少量绿茶出口，合肥市约占全省出口额 4.4%，宣城市约占全省出口额 6.9%。其余各市的茶叶出口额与黄山市相比微乎其微。通过对数据进一步挖掘，2023 年黄山市绿茶出口量约占全省绿茶出口总量 84.2%，红茶出口额约占全省 73.9%，呈一枝独秀之态势。除此之外，黄山市茶叶出口目的国等情况与安徽省全省之情况相差无几。

2. 安徽省茶叶出口所面临的问题

2.1 出口市场较为单一

一直以来，大部分安徽省茶企产出的红茶都是内销为主，但是在海外市场，尤其是欧美市场中，红茶却是最受欢迎的品类，其占世界茶叶贸易的比重高达 80%。

近 10 年以来，安徽省的外销茶品类主要集中于绿茶，市场主要集中于亚非市场，外销的红茶基本只有祁门红茶一种，并且出口规模小，需求量不大。这种情况的出现和亚非地区当地的饮食习惯和天气情况密不可分。在亚洲和非洲的许多地区，特别是位于非洲的部分国家，气候往往较为干燥，环境温度高，这导致蔬菜生产量相对有限。当地居民的饮食倾向以富含脂肪的牛肉和羊肉为主，而绿茶则被广泛用于中和食物的油腻感。另外，绿茶的价格相较于红茶更为亲民，因此在这些国家中更加受欢迎。地理位置上，亚非地区与中国大陆地理相近，这为商品运输提供了便利的条件。

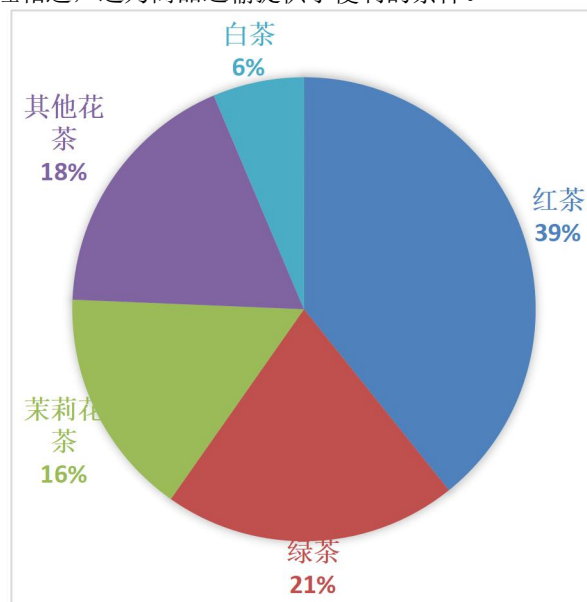


图 3 2023 年法国茶叶进口额占比情况

数据来源：中国茶叶进出口供求信息采集平台

如图 3 所示，以法国为代表的欧洲地区所进口的茶叶呈现出红茶为主，茶叶种类较多的特点。欧洲地区消费者的生活水平普遍较高，在饮食文化上并不热衷于较为油腻的食物，对绿茶清爽解腻的口感也就并不感兴趣。相反，欧洲地区的消费者更喜爱口感香醇的红茶或花茶，以及各种功能性茶产品。

在 2023 年，在与非洲等国进行贸易的过程中，逐渐发现出口的绿茶产品的价格难以提高，绿茶难以为安徽省茶企提供较高的利润率。

为了提高企业利润，部分公司开始将目光落在了欧美地区。欧盟是世界上主要的茶叶消费市场，欧盟各国

政府每年都要从世界范围内大量采购茶叶。欧盟的茶消费者以及美国和俄罗斯人并不青睐于绿茶。所以，对于安徽省来说，想要拓宽自己的出口市场并不容易。其中最大的对手就是来自东南亚，美国等地的本地茶企。比如在 2022 年的夏季，美国品牌茶企 TAZO 在亚马逊上架了一种具有冰凉舒爽口感的草本茶——冰茶，就十分受到消费者的欢迎，这款冰茶包短短一个月内销量就增长了 3196%。根据相关研究机构对亚马逊上美国的茶叶市场的趋势分析，美国消费者对富含多种营养素的超级食品茶，以及能够增强免疫系统的功效茶的需求越来越大。例如，一款富含抗氧化剂的松针茶的销售额曾经在一个月增长了 293%。

除此以外，对于东南亚，美国等地的本地茶企来说，很轻易的就可以让当地消费者品尝到自己茶叶产品的味道和质量，比如在当地的茶叶展销会上邀请参展人品尝。但对于安徽省的茶企来说，如何让当地人了解到自己茶叶的口味是比较困难的，所需要付出的成本也自然比当地茶企要高。

因此，如何在保持安徽省茶叶出口的绿茶优势的前提下，大力发展以红茶产品为代表的其他茶种，以进军欧美高端市场是亟待解决的问题。

2.2 茶叶品牌国际知名度较低

安徽省茶叶出口的茶种分类情况，在客观上就对企业出口的茶叶品牌的宣传推广不利。就绿茶本身来说，从品尝的角度上说，绿茶讲究喝春季采摘的新鲜茶叶，在跨境运输过程中不容易保鲜；从外形上来说，也不如花茶色泽艳丽多彩，灿烂夺目；从茶艺的角度来说，也没有“茶汤变色”这样的茶趣。绿茶的这些特点，在客观上决定了绿茶的品牌推广本身具有一定难度。

然而，大部分安徽茶企对自身的绿茶产品的推广也没有足够的重视。首先是茶叶产品的包装不精致，不能为品牌推广吸引足够的消费者。在进行客户开发时，也缺少对茶叶本身所蕴含的优点，文化的介绍，品牌推广员工基本不具备文化审美的能力。营销更是停留在低级的类似于“买一送一”促销上。这与六安瓜片，霍山黄芽等名茶的形象不符，直接给企业茶叶在国外的销售造成了困难。海外消费者不会觉得这些茶叶产品是名茶大牌，而是路边的地摊产品。在进行海外市场开拓或潜在客户寻找时，更是几乎没有品牌推广，缺乏对产品的优点，特色的介绍。因此，建立起一套完整的国际营销方

案，宣传推广公司的品牌产品，是安徽省提升茶叶出口规模的一个重要途径。

在茶叶品牌的国际推广方面，可以学习和借鉴八马茶业的成功经验。起源于福建泉州的八马茶业最早可以追溯到清朝咸丰年间在东南亚创立的“信记茶行”。在海外品牌推广方面，从 2011 年以来，八马茶业便将重心放在品鉴会上。2011 年，八马赛珍珠铁观音全球品鉴会从泉州正式启航。时至今日，八马茶业举办的品鉴会已走过 28 个国家，75 座城市，款待了 192 国贵宾，充分展现了中国茶文化与精神的魅力，为自己的茶叶品牌宣传推广起到了很好的效果。同时，八马茶业积极参与共建“一带一路”相关项目。例如与老挝等国合作探索产品研发，不断加强八马茶业在国际上的知名度。

2.3 存在绿色贸易壁垒

安徽省茶企在进口国农药残留标准不断提高、检验项目不断增多的情况下，正面临着走向更加规范化，更加标准化生产的重要挑战。在诸多发达国家和地区，环境保护意识深入人心，对于茶叶的品质与绿色健康属性的追求尤为显著。他们对进口茶叶实施的检测标准异常严格。其中，农药及相关化合物的残留检测是构成绿色贸易壁垒的关键要素。自 21 世纪起，农药残留量已逐渐成为各国调控茶叶进口的重要指标。

表 5 摩洛哥新标准中高于中国标准的农残项目（部分）

所检测农药项目	摩洛哥标准（mg/kg）	中国标准(mg/kg)
氯噻啉	0.01	3
丁醚脲	0.01	5
啶螨灵	0.05	5
吡蚜酮	0.1	2
辛硫磷	0.1	0.2
高效氯氟氰菊酯	1	15
溴氰菊酯	5	10
甲氰菊酯	3	5
啶螨林	10	15
氯氰菊酯	15	20
多菌灵	0.1	5

数据来源：渤海报关

摩洛哥是北非地区首个与我国签署共建“一带一路”合作规划的国家，也是安徽省响应“一带一路”倡议出口茶叶产品到非洲的重要市场之一。自 2011 年起，摩洛哥逐步提高了对茶叶中农药残留限量的规定，至 2019 年，其最新实施的标准在 26 个方面超越了中国，其中包括氯噻啉、丁醚脲及啶螨灵等，这些物质的限制值是中国标准的数百倍。2021 年，摩洛哥的检测范围进一步扩大，新增了 12 项检测，总计达 60 项。其中 40 项标

准参照欧盟，而有 33 项的规定比中国更为严格。对于未在这 60 项之列的任何农药，摩洛哥一律执行 0.01mg/kg 的最低限量标准，此举使得其成为了当下最严格的农药残留检验标准。鉴于摩洛哥等国家对中国茶叶实施的严格农残限制，安徽茶企在茶叶出口过程中遭遇了更高的准入门槛，导致通关的不确定性增大，出口成本随之攀升，进一步加大了在当地市场拓展的难度。

3. 安徽省茶叶出口促进的改善建议

3.1 开拓新跨境电商市场

在竞争力较大的茶叶行业，为了增加茶叶的出口，安徽省最好在未来开拓更多市场。根据《2023 年茶叶进出口报告》显示，现如今，安徽省基本上是以绿茶出口，出口国也集中在非洲。然而，与非洲国家对绿茶的喜好形成对比，欧美地区消费者更倾向于红茶，这一情况与安徽省大规模出口绿茶的现状形成明显反差。实际上，大部分安徽茶企也有知名红茶出口，如祁门红茶。但从以往情况来看，安徽省对于红茶的出口显然不够重视。根据表 2 数据显示，近 4 年来，安徽红茶的出口规模缓慢走低，非常不利于开拓以欧美为主的发达国家市场。因此，作为一个并不缺少茶种的省份，要扩大出口规模，抢占更多的海外市场，推出更多种类的茶叶产品刻不容缓。

2023 年安徽除了出口绿茶外，其余茶种出口额前三分别是红茶，出口额约为 549 万美元；乌龙茶，出口额约为 133 万美元；茉莉花茶，出口额约为 125 万美元。为了使安徽茶走向世界，大力发展这三类茶的出口规模是相当有必要的。

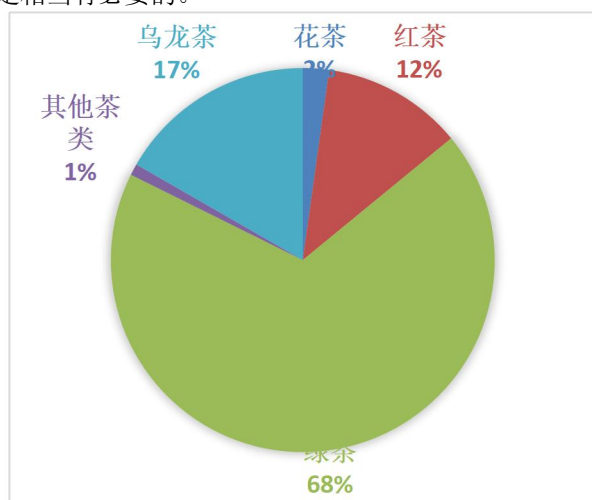


图 4 2021 年日本国进口茶叶种类占比情况

数据来源：日本国財務省貿易統計

根据 2021 年日本国进口茶叶的情况来看，主要还是绿茶，红茶，乌龙茶三大类。这一点，和安徽省目前茶叶出口的主要品类相符。因此，可以将日本的跨境电商市场作为拓宽海外市场的第一站。除此以外，在日本主流的电商平台是亚马逊，而亚马逊早在 2021 年就开放了茶叶项目力求推进发展。所以，安徽茶企可以借助这股东风，同时利用国外媒体社交平台，去吸引客户，了解市场，进行产品的开发，收获一批忠实的顾客。

在日本市场的开拓方面，可以借鉴池州市安徽国润茶业有限公司的出口经验。安徽国润茶业有限公司是中国最大的祁门红茶生产商之一。该公司凭借在祁门红茶上的产品优势，多年来出口红茶产品到日本市场。除了大力发展除绿茶之外的茶种，安徽茶企最好也要加强自己的产品质量。早在 2021 年 1 月 12 日，安徽紫来进出口有限公司收到日本通商株式会社发来的函件，表示进口的绿茶产品质量极佳，对公司的出口产品质量管理相当钦佩。通过借鉴成功出口日本市场的茶企的经验，安徽省的其他茶企也应拓宽产品茶种，进一步加强产品质量。

3.2 打造国际知名茶叶品牌

构建高知名度的茶叶品牌对于企业的可持续繁荣和发展至关重要。知名品牌能够在全球市场竞争中为企业创造显著的经济效益，并提供持久的发展推动力。在塑造国际茶叶品牌的过程中，安徽的茶叶企业应理解并针对不同海外市场的独特环境，制定相应的国际产品策略，以适应各地的具体需求，进而打造出信誉卓著的国际品牌。因此，这就需要企业在国际营销活动中逐步适应这种“同中有异”的需求特点。其次，安徽省茶企紧跟时代潮流，把握消费需求动向，不断开展技术与产品创新，从而优化加工工艺，以此生产出更高品质茶叶，打造出自己茶叶产品的优点和亮点。最后是要发掘自身茶叶品牌的历史底蕴，安徽有不少名茶已经有上百年的历史了，例如“谢裕大”品牌主营的名茶——黄山毛峰就由谢正安于光绪元年发明。但是众多的安徽茶企没能讲好自己的品牌故事，无法吸引消费者的目光。

为解决这一问题，安徽茶企可以对自身品牌进行差异化宣传。在非洲等主要需求是绿茶的海外市场，将自身打造为主打绿茶产品的品牌。而在欧美等国，则将自身打造为以红茶为主，多茶种产品俱佳的茶叶品牌。其次，运用多元化的手段来提升茶叶的品牌识别度，进一

步探索茶叶的加工工艺及包装设计的革新,全面提升茶叶的内在品质与外观形象,塑造独特的品牌形象。除常见的纸质和金属包装,可尝试引入陶瓷或木质包装,以独特的质感吸引消费者的注意力,激发他们探究品牌故事和购买欲望。与此同时,安徽茶企需要加强市场推广策略,专注于传达其产品与众不同的价值。对茶叶的加工技术乃至于外包装材料加以创新性研究,从茶叶的品质到包装进行全方位的提升,打造品牌亮点。

在安徽省塑造卓越茶叶品牌的道路上,首要任务是严把产品质量关,其次,企业需充分理解并适应全球各地市场的特性和需求。建立起一个好的名茶品牌,对于安徽茶叶来说,任重而道远。

3.3 落实规范化生产以取得国际质量认证

为了实现安徽省茶产业的深度、整体和持久发展,关键在于提升茶叶产业的系统化程度,并通过国际质量认证来提供品质证明。首先,应当提升产业的整体水平,这有助于在茶叶的生产、加工和销售过程中引入更科学的管理模式,从根部防止可能出现的质量问题。其次,获得国际认可的质量标准能显著增强安徽省茶叶在全球市场中的竞争优势。

安徽省应全面规划并实施一个行之有效的茶叶出口战略,旨在优化茶产业的结构,整合茶叶的生产、加工及出口流程。政府可推动建立合作社和领军企业,促进业界间的协作,消除内部矛盾,同时指导农户实行环保种植和科学采收。各方共同努力,推动可持续发展,降低成本,提升茶叶品质。在资金支持、技术研发、信息共享和政策激励方面,采取有效策略。

此外,提升茶叶内在品质的同时,应主动融入国际标准,按照国际认证和目标市场的质量规范调整生产流程。严格遵守关于农药残留等绿色贸易壁垒的规定,以获取更广阔的海外市场份额,摆脱由于绿色贸易壁垒的品质问题和出口障碍。这样,安徽省的茶叶出口应当能

够突破限制,进入更多优质市场,为省内茶叶产业开辟光明的发展前景。

总结

安徽省茶叶在种植、生产、产品等方面都有一定的优势。因此,加速推进安徽茶叶对外贸易的发展至关重要,需充分利用这些内在优点,同时考虑当前的外部市场状况,对茶叶出口贸易中存在的不足之处进行深度关注和改善,以此促进安徽省茶叶企业的壮大,进而助力全省经济的繁荣。

参考文献

- [1] 郭海燕. 绿色壁垒对国内农产品贸易的影响及应对之策[J]. 商业文化, 2022(14): 116-118.
- [2] 何杨. 安徽省茶叶企业品牌竞争力评价研究[J]. 安徽农业大学学报(社会科学版), 2019, 28(4): 49-54.
- [3] 李国光. 安徽省茶叶产业发展研究[D]. 长春: 吉林农业大学, 2019.
- [4] 李林. “一带一路”倡议下安徽省茶叶对外贸易发展研究[D]. 合肥: 安徽农业大学, 2019.
- [5] 王波, 邱娟, 兰美桂. 农药残留限量标准对福建茶叶出口影响的实证分析[J]. 科技和产业, 2018(09): 13-18.
- [6] 吴欢园. 安徽省茶叶出口竞争力评价分析[D]. 合肥: 安徽农业大学, 2019.
- [7] 魏洋. 安徽茶叶出口摩洛哥的现状与竞争力分析[D]. 合肥: 安徽农业大学, 2017.
- [8] 行怀勇, 陈晓明, 李明艳. 安徽省茶叶出口现状、问题及对策[J]. 林业经济, 2016, 38(10): 54-58.
- [9] 朱长明. 我国农产品出口俄罗斯遭遇绿色壁垒现状、原因及策略[J]. 对外经贸实务, 2021(3): 39-42.
- [10] 周婧晗. 安徽省茶产业竞争力的研究[D]. 合肥: 安徽农业大学, 2018.