

## 摘 要

本研究主要以迈克尔·波特的产业国际竞争力理论和国际贸易理论为理论基础,对我国茶叶产业国际竞争力的现状及其影响决定因素进行了分析,并探讨了提升我国茶叶产业国际竞争力的对策。

首先,通过对国际市场占有率、主要进口国市场占有率、贸易竞争指数、相对出口优势指数的国际比较发现:中国茶叶的国际竞争力相对较强,但与其它一些茶叶产品主要出口国(特别是斯里兰卡、肯尼亚)相比,还存在一定差距。

其次,通过对茶叶国际竞争力影响因素的国际比较发现:我国茶叶产业的基本生产要素相对于某些茶叶主要出口国具有一定的资源优势,但中国的高级生产要素基本处于劣势;我国茶叶产业具有一定的文化资源、地理位置优势;还具有一定的品种资源、劳动力资源优势;中国茶叶国内市场需求还有较大的拓展空间,在国外市场需求条件中,绿茶、乌龙茶有一定的开拓空间,但也要面对激烈的竞争。同时中国茶叶产业存在一定的竞争劣势:中国茶叶产品安全和质量状况与其它主要出口国差距较大;中国茶叶的生产力水平不仅低于世界平均水平,更大大低于世界其他主要出口国;茶叶优良品种缺乏;整体科技水平与其他国家差距较大;茶叶生产出口企业规模化程度较低。中国茶叶产业的生产经营者,组织化程度低,科技投入不足,在经营体制、观念和模式上有待创新,在管理技能、现代营销理念、营销方式和手段等方面也有很大差距,茶叶企业整体实力较弱;与其他茶叶主要出口国相比,我国政府对茶叶产业生产经营活动的宏观调控水平和能力与提高其国际竞争力的要求还有一定差距,并一定程度上制约了中国茶叶产业国际竞争力的提高。

最后,在对上述问题进行国际比较研究的基础上,我们得出中国茶叶产业国际竞争力的总体评价:从发展趋势看,中国绿茶和乌龙茶有较强的国际竞争力,而占世界茶叶出口五分之四的红茶,国际竞争力较低。中国茶叶产业国际竞争力二十多年来呈现下降趋势,因此必须采取一系列措施加以改善。提升中国茶叶产业国际竞争力的对策如下:着力依靠科技进步、推行技术创新,提高我国茶叶的出口竞争力;适应茶叶市场发展趋势,发挥本国比较优势,依据不同茶叶类别,实施不同发展策略;与国际接轨,建立健全茶叶质量安全体系,实施绿色品牌战略;创新茶叶流通市场,实现茶叶流通体系的现代化;扶持和培育茶业龙头企业,加强茶叶出口基地建设;加强茶叶

产业区域布局建设和市场营销战略；发挥政府作用，调整和加强茶叶产业的国内支持政策。

**关键词：** 茶叶产业 国际竞争力 竞争优势

# **Study on international competitiveness of Chinese tea industry**

Fu Hongbo (Technological Economics & Management)  
Directed by Asso. Professor Xiao Hong'an

## **Abstract**

In this research, a framework about the index system and main factors that affect the international competitiveness was constructed to analyse the international competitiveness of the tea products in China, with the foundation of the industrial international competitiveness of Michael E. Porter and international trade theory. The main issues of the research are put as the following.

Firstly, with the international comparing of market sharing rate and trading competitive index, it was revealed that the tea products in China have the relative international competitiveness, however, which is far behind from that of the tea export countries.

Secondly, after the international comparing of the factors that affect the international competitiveness, it was discovered that comparing with other major tea export countries, the basic production factors that affecting tea competitiveness has certain advantages, while the advanced production factors are in inferior position. Chinese tea has certain advantages in culture resource, breed resource and labor resources. The demand for tea in the market of China can grow in a certain amount, especially the green tea and the wulong tea, but still will face to drastic competition. However, the sanitary and quality condition of the tea products in China is far backward from that of the other major tea export countries. Especially, the sanitary safe status in Chinese domestic market is much more backward than that of developed countries. The productivity of the tea in China is not only lower than that of the world average level, but also much lower than that of the other major tea export countries. The main reason, which led to this situation, is the household small scaled scattering operating is still the main form in China; the shortage of good variety as well as the huge gap in the tea technology between China and developed countries; moreover, the scaled operating level of tea exporting enterprise is lower. The characteristic of tea

products determines that the tea market needs the government's adjustment to get rid off market failure and to ensure its efficiency. Comparing with other countries, however, the adjusting ability of Chinese government for the tea products, which has seriously embarrassed the enhancement of Chinese tea competitiveness, is still far backward for meeting the requirement of enhancing international competitiveness.

Finally, at the base of the international comparing, the policy implications for China to improve the tea international competitiveness are putting foreword as the following. The tea international competitiveness of China has become lower and lower in recent years, so some methods should be carried out to change this situation. The green tea has big international competitiveness, but the black tea' is very low. So ,we should supporting and cultivating the leading enterprises of tea;improveing the building of export base; enforcing technique innovation,getting in touch with the world; setting up the system of quality safety,implement healthy trademak strategy; creating modern service system to bring trade association into play; strengthening the marketing stratage; strengthening the government's function,adjusting and enhancing the policy.

**Keywords:** tea industry    international competitiveness    competitive advantage

## 论文独创性声明

本人郑重声明：所呈交的学位论文是我个人在导师指导下进行研究工作所取得的成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，学位论文中不包含其他个人或集体已经发表或撰写过的研究成果，也不包含为获得四川农业大学或其它教育机构的学位或证书所使用过的材料。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

研究生签名：付红波

2005年6月24日

## 关于论文使用授权的声明

本人完全了解四川农业大学有关保留、使用学位论文的规定，即：学校有权保留并向国家有关部门或机构送交论文的复印件和电子版，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文。同意四川农业大学可以用不同方式在不同媒体上发表、传播学位论文的全部或部分内容。

研究生签名：付红波

2005年6月24日

导师签名：肖洪安

2005年6月25日

# 1 导论

## 1.1 研究背景、目的和意义

我国是茶叶的故乡,是最早发现和利用茶叶的国家,在回归大自然的潮流中,茶叶必将成为 21 世纪兴旺发达的“绿色产业”。可以说,茶叶虽然历史悠久但越来越焕发生机。自唐宋时期到 19 世纪 30、40 年代以前,世界上几乎只有中国一个国家生产茶叶、销售茶叶。19 世纪 30、40 年代印度、斯里兰卡等国制茶成功以后,世界上种茶的国家不断增加,在国际市场上与我国茶叶展开激烈的竞争。中国在竞争中逐渐落败,到新中国成立之前,我国茶叶衰落到极点。新中国成立后,我国茶叶迅速恢复并不断发展,在国际市场占有率不断提高,出口竞争力不断增强。然而 90 年代以来,我国茶叶出口增长乏力,面临着新的挑战。是什么原因导致具有比较优势的我国茶叶出口萎靡不振呢。近来人们已经意识到其主要原因是具有比较优势的我国茶叶其竞争优势在减弱,具体表现为我国茶叶的成本和价格竞争力较强,但非价格竞争力较弱,随着国际贸易中对茶叶安全卫生等方面的要求越来越高,使我国茶叶出口受阻,所以应努力采取对策,提高我国茶叶产业的国际竞争力。

由于目前的研究多局限于成本和价格优势及某些非价格因素的比较分析,关于我国茶叶产业国际竞争力全面和系统的有关研究比较少,也就很难提出令人信服的既有理论依据又切合实际的提高我国茶叶产业国际竞争力的对策建议。正是基于此,本研究的主要目标是:以迈克尔·波特的产业国际竞争力理论和国际贸易理论为理论基础,构造我国茶叶产业国际竞争力研究的经济分析框架,构建和确定我国茶叶产业国际竞争力分析的指标体系及其主要决定和影响因素,提出有针对性和切合实际的提高我国茶叶产业国际竞争力的对策建议。

因此,本研究具有一定的理论价值和实际应用价值。一方面本研究将有助于进一步健全和完善茶叶产业国际竞争力研究的理论和方法;另一方面本研究也将有助于为政府制定切实可行的宏观茶叶产业政策提供一定的理论和客观依据,促进我国茶叶生产和贸易结构合理化,指导茶叶生产经营者更好地面向世界市场进行生产经营,从而有助于提高我国茶叶产业国际竞争力。

## 1.2 研究内容和方法

国际竞争力涉及国家、企业、产业或产品等多个层次,本文将主要在产业国际竞争力理论框架范围内,选取我国茶叶产业,对其国际竞争力状况及其决定和影响因素

进行全面系统和深入的国际比较研究。数据采集计算将基本限定于近 20 年，茶叶种类中主要包括红茶、绿茶和特种茶。

本文将主要以迈克尔·波特的产业国际竞争力理论和国际贸易理论为理论基础，采用比较分析法、因素分析法、实证分析法等，通过与其他茶叶主要生产国和出口国的国际竞争力状况及决定和影响国际竞争力因素的比较分析，研究和探讨我国茶叶产业国际竞争力状况及原因，为进一步提高我国茶叶产业国际竞争力提供理论和客观依据。

比较分析法：我国茶叶国际竞争力状况，只有通过与其他主要出口国的比较分析才能明晰。本文将通过我国茶叶国际市场占有率、主要进口国市场占有率、贸易竞争指数等的国际比较，来揭示我国茶叶国际竞争力的变动轨迹。

因素分析法：决定和影响茶叶国际竞争力的因素比较复杂。本文主要根据波特产业国际竞争力理论，通过对生产要素条件，国内外市场需求条件，相关供应商和支持性产业，企业战略、结构与竞争，以及政府作用等因素的分析，来探寻决定和影响我国茶叶产业国际竞争力的原因。

实证分析法：我国茶叶国际竞争力的研究必须建立在实证分析的基础上，客观地揭示其国际竞争中的态势、潜力和变化趋势。无论是茶叶生产、贸易概况的国际比较，还是衡量其国际竞争力的指标体系等，都必须以客观事实为依据。

### 1.3 可能的创新点

——本文的研究对象是我国茶叶产业的国际竞争力。国内外的主要理论及研究成果仅涉及宏观经济方面，缺乏令人信服的既有理论依据又切合实际的我国茶叶产业总体竞争力分析评价。本文通过相关的数据指标分析，对我国茶叶产业国际竞争力的现状、前景作出了总体评价，并提出了提高我国茶叶产业国际竞争力切实可行的建议。

——本文运用迈克尔·波特的竞争优势理论和国际贸易理论，对我国茶叶产业国际竞争力的现状及其影响决定因素进行了分析，从产业层次上对茶叶产业竞争力的构成、培育和评价等问题进行了系统研究，突破了目前对于茶叶产业竞争力还仅仅局限于成本和价格优势及某些非价格因素的比较分析。

——本文在注重分析我国茶叶现状的同时，充分对比了国外各茶叶主产国及主要茶叶进口国的状况；并且注重分析历史数据及其变化趋势，从而得出的结论更客观更有说服力。

## 1.4 几个相关的概念

**茶叶产业：**包括茶叶产品及其可替代产品的集合、茶叶产品及其可替代产品的生产经营活动的集合，以及生产经营茶叶产品及其可替代产品的企业的集合。当然，这里所说的产品也包括“服务”。

**产业国际竞争力：**在国际自由贸易条件下，一国特定产业相对于他国的更高生产力，向国际市场提供符合消费者或购买者需求的更多产品，并持续地获得盈利的能力。

**农业国际竞争力：**是一个国家或地区农业的综合生产能力。狭义的农业国际竞争力包括一个国家或地区创造农产品产量的能力、增加农产品产量的能力及生产率水平；广义的农业国际竞争力不仅包括以上内容，也包括一些国家或地区给农业带来后劲的农业基础结构状况、农业科技水平、农业人口素质以及影响农业良性循环的管理体制与金融环境条件。

**比较优势：**指各国在土地、劳动力及金融资本等有形资源禀赋上存在差异，而使一个国家可以在某类产品的国际贸易中形成比较生产费用优势，据此说明其参与国际分工的依据和条件。

**竞争优势：**一国企业在特定的业务经营中所具有的能够超越或优于竞争对手的方面，本质在于企业能够比竞争对手更有效地向消费者提供更高地价值而且保证企业在一定时期内获得的利润水平高于本行业的平均水平。

**国家钻石体系说：**也称“菱形理论”，迈克尔·波特认为一国的特定产业是否具有国际竞争力取决于四个基本因素和两个辅助因素，即生产要素条件，国内外市场需求状况，相关供应商和支持性产业，企业战略、结构和竞争，以及机遇和政府作用。迈克尔·波特将上述要素列为类似钻石的菱形图，所以称之为“菱形理论”。

## 2 茶叶产业国际竞争力研究的理论基础

### 2.1 国外相关理论及研究现状

#### 2.1.1 传统贸易理论

——绝对优势论。绝对优势理论贯穿于斯密（Adam Smith）《国民财富的性质和原因的研究》的始终，是古典经济学论述商品交换和国际贸易的基本理论。该理论指出，国与国之间发生贸易的根本原因在于国家间生产成本的绝对差异，这种绝对成本的差异既可能来自先天的自然优势，如气候、地理和土壤条件，也可能是由资本积累

和技术进步形成的获得性优势。生产成本的绝对差异导致了两国生产同一产品价格的绝对差异，使产业和专业化成为必要。通过自由贸易，可以发挥各国的绝对制造优势，实现分工和专业化的利益。绝对优势理论对国际贸易理论发展具有开创性的意义，但无法解释一国在各种产品都具有优势，另一国都居于劣势时仍可开展贸易的现象，因而不可避免的带有一定的局限性。

——比较优势理论。该理论由英国古典经济学家大卫·李嘉图提出，他继承了斯密劳动分工和自由贸易的思想，进一步扩展了劳动生产率差异作为国际贸易动因和竞争力来源的适用范围。比较优势理论在一系列假设条件之下得出结论，只要贸易参与国的生产成本存在一定差异，即使这种差异是相对的，即一国虽然各类产品的劳动生产率均高于另一国，但高出的程度不同，各国也可以进行分工和贸易，发挥各自的优势，获得更多利益。简言之，比较优势理论的核心论点是：“两利取其重，两劣取其轻”。时至今日，比较优势理论仍是分析产业间的国际竞争关系最重要的理论依据之一，但这一理论也存在明显的缺陷。李嘉图虽然指出劳动力差异是竞争力的基础，但却没有进一步说明导致劳动力差异的原因；该理论假设机会成本不变，但现实中则是可变的，在成本递增或递减的情况下，比较优势的发挥则会出现一定障碍；另外，它忽视了需求方面对比较优势形成的作用。这些局限性为贸易理论留下了进一步发展完善的空间。

——要素禀赋论。李嘉图的相对优势理论回答了斯密绝对优势理论无法回答的问题，但到底是什么原因造成了各国在生产不同产品上的比较成本差别呢？瑞典经济学家赫克歇尔和俄林的要素禀赋理论（简称 H—O 理论）对此作出了解释。该理论认为，在不同国家同种商品之生产函数相同的条件下，比较优势产生的根源在于各国或区域生产要素相对禀赋的不同，以及不同商品生产在要素使用密集型式上的差别。因此，各国应当生产出口那些密集使用本国相对充裕要素的产品，而进口那些密集使用本国相对稀缺要素的产品。这一逻辑得以成立的前提假定是各国之间单位生产要素的生产效率都是相同的，即各国的生产函数都是相同的。与此不同，李嘉图的理论则认为各国比较成本的差异是由各国生产要素的生产效率之差别造成的，也即各国的生产函数是不同的，而且一定时期内这类不同性保持不变。在斯密和李嘉图的贸易理论中，劳动是唯一的生产要素，生产技术是给定的外生变量，生产规模报酬不变，市场结构为完全竞争。作为古典经济学理论体系的一部分，这两个理论被称为“古典贸易理论”。在 H—O 理论中，劳动不再是唯一的投入，但生产规模报酬仍然不变，市场结构仍为

完全竞争。H—O 理论被称为“新古典贸易理论”。

——新贸易理论。新贸易理论在一系列假设条件下得出结论，认为国际贸易发生所依据的是竞争优势，而一国企业或产业的竞争优势主要表现在以下几方面：规模经济、产品异质、企业的竞争策略等。据此新贸易理论提出相应政策主张：国家确立本国的战略性产业，并对这些产业进行适当的保护和促进，使其在较短时间内形成国际竞争力；通过各种出口补贴，帮助本国寡头厂商争夺国际市场；对外国寡头厂商征收关税，以收取其部分垄断租；以进口保护带动出口。因此，其核心在于通过国家干预贸易，提高本国产业和企业的国际竞争力。

无论是“古典”的，还是“新古典”的贸易理论(我们不妨将这两者合称为传统贸易理论)，所强调的比较利益结构都是建立在一国产业之比较优势的基础之上的。通常的情况是，发展中国家缺少资本和技术，而有自然资源和劳动力资源丰富便宜的优势。发达国家则具有资本和技术方面的优势。因此，比较优势的贸易格局一般表现为：发达国家进口劳动密集型或自然资源密集型产品，出口资本或技术密集型产品。发展中国家则进口后者，出口前者。应该说，上述理论在解释现实中的某些贸易格局上是相当成功的，并曾在相当长时期内构成了国际分工与贸易理论的主流，但它们终究存在着局限性。

无论是以劳动生产率差异为基础的相对优势理论，还是以生产要素供给为基础的资源禀赋理论，其比较利益产生的前提是各国的供给、生产条件不可改变，资源和生产要素不能在国际间流动，这种传统比较优势具有静态的特征。但处于当今经济全球化的条件下，生产要素、资源可以在国际间流动；自然资源通过技术进步可以被改良、人工合成或被新材料所替代，人力资源可以通过人力资本投资而以“质量”上的优势弥补“数量”上的劣势。这表明，大部分发展中国家所具有的静态比较优势，在国际竞争中并不一定具有动态的竞争优势。

### **2.1.2 迈克尔·波特的“竞争优势理论”**

竞争优势理论是美国哈佛大学商学院著名经济学教授迈克尔·波特(Michel Porter)于上世纪90年代系统提出的。他通过对世界上许多国家100多个产业或产业群产生、发展的比较研究，提出了国家竞争优势理论。国家竞争优势理论，概括总结了一国如何才能在国际竞争中获得优势，它的研究成果受到西方经济学界和政府的高度重视，波特提出的竞争优势理论是对传统比较优势理论和资源禀赋理论的超越。他先后出版

的《竞争战略》、《竞争优势》、《国家竞争优势》等论著，较为系统全面地研究了产业国际竞争力问题，构建了竞争优势的“国家钻石体系”模型，突破了影响深远的比较优势理论，创立了新的竞争力研究框架。

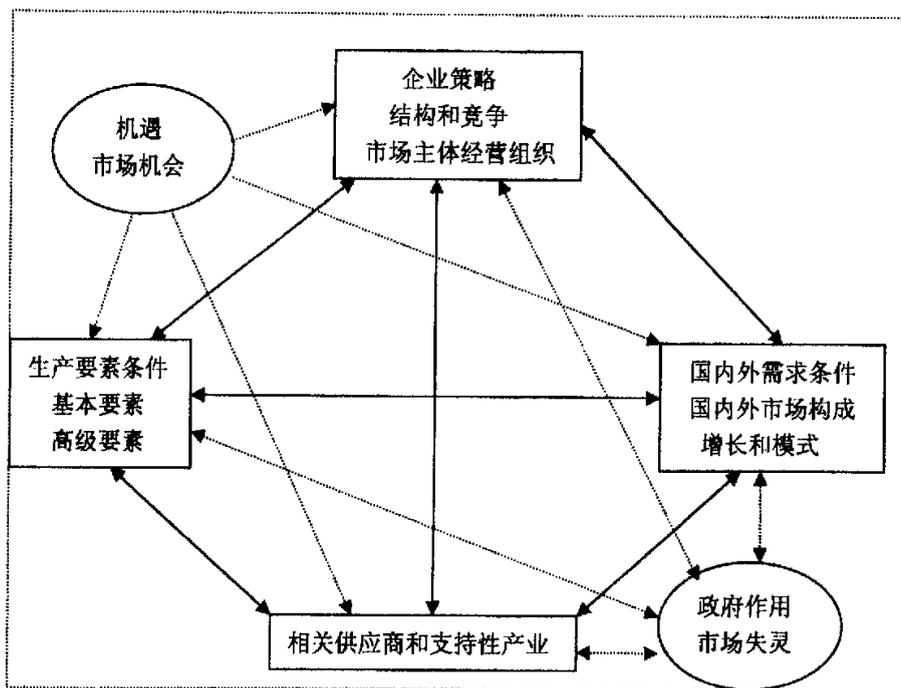


图1 波特的产业国际竞争力“国家钻石体系”模型图

波特的国家竞争优势是指一个国家使其公司或产业在一定的领域创造和保持竞争优势的能力。波特理论的中心思想是，一个国家的产业能否在国际上具有竞争力，取决于该国的国家竞争优势，而国家竞争优势又是由四组因素决定的：要素条件、需求条件、相关供应商和支持性产业及公司战略、结构和竞争。四组因素结合成一个体系，共同作用决定国家竞争优势。因此，波特的国家竞争优势理论实际上就是研究这四组因素的性质及其相互作用的理论。此外，机遇以及政府作用这两个因素也发挥着重要作用，这六大因素共同构成了“国家钻石体系”（见图1）。

波特提出的竞争优势理论，是对比较优势理论的超越。他第一次明确阐述了国家竞争优势的内涵，指出竞争优势是现代科学技术、经济全球化及市场竞争发展的结果。一个国家或地区在资源禀赋上可能是富有的，但有利的条件却不一定能够形成竞争优势。竞争优势强调的是个国家或地区的内生能力，特别是创新能力，相对于比较优势，其国际竞争力中的地位更为重要。根据波特的理论，一个国家要想使经济实力和生产力水平迅速提高，必须创造公平竞争的环境，重视国内市场需求，重视科学

技术和人力资本，重视企业的创新机制与创新能力，重视企业和产业的主观努力。波特关于国家竞争优势来源的论述，关于取得或保持国家竞争优势途径的探讨，对于任何一个国家都有重大借鉴意义。波特理论的缺陷在于，其产业竞争力分析的重点是企业，过多地强调了企业和市场的作用，对政府在国际贸易中扮演的角色描述不够。在他看来，一个国家要具备竞争优势，主要依赖企业或产业的自强不息和创新机制。政府的作用是纠正市场扭曲，恢复公平的竞争环境。政府实行的贸易政策，应该是促进贸易伙伴之间相互开放市场，而不是相互进行贸易保护。并且，政府的作用只是一个辅助性因素。事实上，波特关于国家竞争优势的因素都要经历很长时间才能孕育成熟，需要政府政策的干预和引导。

### 2.1.3 关于产业国际竞争力评价的方法与实践

20世纪80年代初，有两个著名的国际组织开始就国际竞争力的评价理论与方法进行研究，并且每年都要提交包括世界工业化国家和主要发展中国家在内的世界竞争力报告，这就是总部设在日内瓦的国际研究机构“世界经济论坛”（简称 WEF）和总部设在瑞士洛桑的国际管理发展学院（简称 IMD）。WEF 和 IMD 都有各自成熟的国际竞争力评价理论、评价方法和评价指标体系，并且随着世界经济和社会的发展不断地做出调整，因此其研究成果、评价方法和评价指标被许多国家广泛采用。WEF 在 2000 年的《全球竞争力报告》中设计了四个反映国际竞争力的指数：即增长竞争力指数、当前竞争力指数、经济创造力指数和环境管制体制指数，并分别对其进行排名，排名的依据是对影响和决定国际竞争力的 8 类主要因素——开放程度、政府、金融、技术、管理、基础设施、劳动和法规制度进行定量分析，数据来源于有关机构的统计数据 and 问卷调查。为了使评价结果更客观，在进行竞争力指数排名时，8 大要素内部的子要素均具有不同的权重。IMD 每年出版《世界竞争力年鉴》来公布各个国家的竞争力排名。IMD 认为，国家间的竞争是处在特定环境下的产（企）业的竞争，因此通过评价提升产（企）业的环境因素来评价国家的竞争力，其具体内容包括社会、政治、经济、文化、技术、产业结构、政策、法律、制度等因素。与 WEF 的评价方法相似，IMD 也确定了八类评价要素，它们是国内经济、国际化程度、政府政策及运行、基础设施、金融环境、科学技术、企业管理、国民素质，每个要素又包括若干个子要素。通过对 290 个评价指标进行定量分析（其中 180 个指标来自机构的统计数据，110 个指标来自问卷调查）来对各个要素进行排名。国外大多数发达国家都通过政府或与合作企业建立了

自己的国际竞争力研究机构,同时学术界也从竞争力的决定因素出发通过单因素或多因素分析法进行了大量的实证研究,为国家或企业界提供了国际竞争力评价的理论依据。

## 2.2 国内相关理论及研究现状

我国产业竞争力的研究是从 20 世纪 80 年代末 90 年代初开始的。1989 年,原国家体改委与世界经济论坛、瑞士洛桑管理学院着手进行国际竞争力方面的合作研究,并于 1993 年将中国的部分数据纳入全球竞争力报告,1994 年中国加入该报告的分项目比较,1995 年中国进行该报告的全部项目比较并参加全球竞争力排序。1996 年原国家体改委经济体制改革研究院、深圳综合开发研究院及中国人民大学联合组成中国国际竞争力研究课题组,运用《世界竞争力报告》的方法对中国的国际竞争力进行了研究,于 1997 年 3 月出版了《中国国际竞争力发展报告》(1996)。该报告应用 381 个指标数据,对中国国民经济的国际竞争力进行了分析和评价,内容涉及到宏观经济、工业、科学技术、企业管理、金融体系、政府管理等方面。

《中国国际竞争力发展报告》(1996)在研究中国农业发展的国际竞争力时指出:农业国际竞争力是一个国家或地区农业的综合生产能力。狭义的农业国际竞争力包括一个国家或地区创造农产品产量的能力、增加农产品产量的能力及生产率水平;广义的农业国际竞争力不仅包括以上内容,也包括一些国家或地区给农业带来后劲的农业基础结构状况、农业科技水平、农业人口素质以及影响农业良性循环的管理体制与金融环境条件。

《中国国际竞争力发展报告》(1999)对中国农业国际竞争力概括如下:从主要农产品产量、农业发展速度看,中国农业国际竞争力具有较大的竞争优势。但是从农业生产率水平、人均耕地面积等方面看,中国农业的国际竞争力水平很低,处于明显的劣势。不仅如此,由于农业的投入不足、宏观政策倾斜不够等原因,在农业基础设施、农业科技水平、农业劳动力素质、农民从事农业生产活动的积极性等方面,中国农业面临着许多深层次的问题,农业缺乏长期持续发展的坚实基础。可以说,中国是一个农业大国,但远不是农业强国。

目前利用产业竞争力理论来分析特定产业竞争力现状的成功例证还是很多的,如乔娟博士所做的《中国肉类国际竞争力研究》(中国农业出版社 2002),以及赵海燕博士所做的《中国蔬菜产业国际竞争力研究》(华中农业大学博士毕业论文 2003),

他们运用产业竞争力理论分析产业竞争力取得了较好的成果。

关于中国茶叶的市场竞争力的论述,近几年才刚刚开始,现有的研究主要集中在以下几方面:

中国茶叶流通与加工现状。徐长兴等(徐, 2001)认为我国茶叶的发展具有资源、自然地理、产品种类以及技术各方面的优势,指出我国各地从茶园管理、采摘、初制到拼配均已形成体系,具有成熟的采摘工艺,能为茶叶出口提供质量稳定、数量充足的货源;机械制造业的发展使茶叶机械装备能力增强;我国拥有大量的茶叶专业人才和科研机构。茶农素质、生产实用技术普及率和科技对茶叶生产贡献普遍得到了提高;传统工艺的开发利用使我国名茶得以发扬光大;强调我国是全球最大的绿茶生产国和出口国,发展潜力大。

中国茶叶的竞争优势分析。黄福平等(黄, 2000)将我国茶园面积、产量、平均单产以及茶叶出口平均价格同印度、斯里兰卡等竞争对手相比较,认为我国茶叶生产经济效益和茶叶产品在国际市场上的竞争力与世界先进水平相比还有不小的差距。陈武(陈, 1997)通过对 1985 到 1992 年中国茶叶的显示性比较优势进行计算,认为这段时期茶叶具有显著的比较优势。并且将 1985 至 1986 年及 1991 至 1992 年的中国主要农产品的显示性比较优势指数进行顺序排列,其中茶叶的显示性比较优势指数由第八位上升到第六位,然而数值由 9.87 降至 7.34。徐志刚(徐, 2001)利用国内资源成本系数法对我国绿毛茶在 1993 至 1998 年间的比较优势进行测定,结果表明我国茶叶生产不具比较优势,经济资源在茶叶生产上的配置即意味着资源的浪费和经济福利的损失。然而,他同时指出由于中国各地区资源禀赋、经济基础、技术水平存在差异,用 DRCC 法测出茶叶生产在陕西、四川、贵州仍具有比较优势。

中国茶叶分品种竞争优势分析。陈宗愚等(陈, 2002)在统计茶叶出口贸易量的基础上指出我国的绿茶和乌龙茶具有明显竞争优势,红茶缺乏比较优势。但乌龙茶、绿茶国际市场面较窄,开拓市场、扩大出口难度较大。也指出越南、印度、斯里兰卡、印度尼西亚等国在看到绿茶消费有增长的趋势后也加快绿茶发展,与中国争夺绿茶市场,国际绿茶市场竞争日趋激烈。徐永成(徐, 2002)认为中国红碎茶生产和出口大幅下降,出口均价低的主要原因是中国红碎茶总体品质水平不高,中和性不强,在国际市场缺乏竞争力。

中国茶叶价格分析。许月丽(许, 2003)也是通过统计我国茶叶出口贸易量及品种,认为目前中国的绿茶出口基本上能左右国际市场价格,年出口量占到国际市场的

80%以上;出口的红茶虽在国际市场占有有一定数量,但除个别品种外基本上都是下级茶,茶价较低。

中国茶叶的发展战略研究。苏祝成等(苏,2001)认为鉴于国际茶叶市场中的红茶地位,我国引入外国红茶品种又有诸多资源限制,可以借鉴日本投资澳大利亚、利用澳的资源优势生产绿茶的经验,选择适当的红茶生产国作为我方设立境外独资、合资、合作企业的进入区位,借助东道国红茶加工、销售等相对优势,生产加工具有较强国际竞争力的红茶系列产品,扩大我国红茶在国际市场中的占有率。另外,苏认为从历史上看,我国茶叶出口主要依赖于资源禀赋的优势,今后茶叶产业的竞争力必然落实在产业组织载体上。产业组织制度影响着产业运行绩效,进而影响其竞争力。他对世界主要茶叶生产国市场组织运行特点进行比较分析,并试图针对我国茶叶产业组织结构现状提出组织优化的途径即建立茶叶生产农户合作组织模式,为提高我国茶叶产业竞争优势的可持续发展能力提出建议。

从现有的研究成果看,对中国茶叶的市场竞争力研究主要是贸易领域出口实绩的考察,以及生产领域的潜在优势的测定。然而,大多的研究只是笼统简单的比较,没有具体的指标,或者只给出一个定性的结论,或者只选取某一类的产品进行分析,不能代表整个茶叶市场的情况。

### 3 世界和中国茶叶生产和贸易概况

#### 3.1 世界茶叶生产概况

茶是世界三大饮料之一,我国是茶树的原产地。目前,全球约有60个国家种植茶叶,160多个国家和地区有茶叶消费的习惯。20世纪90年代以来,世界茶叶的年生产量一直稳定在300万吨左右。自上世纪90年代以来,在诸多产茶国中,印度、中国、斯里兰卡、肯尼亚和印度尼西亚五国的茶叶生产量占世界茶叶总产量的80%左右。

世界茶叶生产的基本规律是“南红北绿”,即:低纬度的地区(如印度、肯尼亚)适宜生产优质红茶,高纬度的地区(如北纬25-30度)最适宜生产优质绿茶。世界茶叶生产以红茶为主,红茶产量占世界茶叶总产量的70%以上。在主要产茶国中,只有中国、日本、越南以生产绿茶为主,印尼的绿茶大约占其茶叶生产总量的40%,其余国家基本上生产红茶。

表1

1992—2003年世界茶叶采摘面积

单位:千公顷

国别	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
中国	861	901	904	888	891	889	879	929	898	906	903	898
印度	444	448	426	428	427	431	434	436	438	440	430	443
斯里兰卡	222	197	187	189	188	190	189	195	189	189	189	189
肯尼亚	102	105	110	113	114	114	119	124	130	135	140	140
印尼	95	103	110	113	115	114	110	110	121	121	122	120
越南	63	63	71	71	71	64	67	70	70	80	98	99
日本	57	56	55	54	53	52	51	51	50	50	50	50
马拉维	18	19	19	19	19	19	19	22	18	15	15	18
世界总量	2308	2320	2311	2298	2304	2288	2288	2352	2341	2364	2378	2393

资料来源：联合国粮农组织数据库（经作者整理）

从茶叶采摘面积来看，世界总采摘面积从1992年的2308千公顷增至2003年的2393千公顷，从2000年到2003年以来呈增长趋势，此期间的年平均增长率为0.74%。其中，中国的茶叶采摘面积一直位列第一，在2003年占世界总量的37.5%；其次是印度、斯里兰卡、肯尼亚，在2003年分别占世界总量的18.5%，7.9%，5.0%。

表2 世界主要产茶国产量分析 单位：万吨

国别	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
中国	58.0	62.1	61.	60.9	64.7	63.7	68.8	69.7	70.4	72.2	76.5	80.0
印度	75.4	70.4	75.3	75.4	76.1	78.9	83.6	85.5	83.5	84.8	84.7	88.5
印尼	15.4	16.5	13.9	15.4	16.6	15.4	16.7	16.1	16.3	16.5	16.5	16.0
日本	9.21	9.21	8.63	8.48	8.86	9.12	8.26	8.85	8.50	8.50	8.40	8.40
肯尼亚	18.8	21.1	20.9	24.5	25.7	22.1	29.4	24.9	23.6	29.5	28.7	29.0
马拉维	2.81	3.95	3.51	3.42	3.72	4.41	4.04	4.82	4.47	3.68	3.80	4.50
斯里兰卡	17.9	23.2	24.2	24.6	25.8	27.7	28.0	28.4	30.6	29.5	31.0	30.3
越南	3.62	3.77	4.20	4.02	4.68	5.22	5.66	7.03	6.99	7.57	8.96	9.50
世界	249	262	264	262	270	278	302	307	296	307	314	320

资料来源：联合国粮农组织数据库（经作者整理）

从茶叶产量来看，世界总产量从1992年的249万吨增长至2003年的320万吨，年均增速为2.54%。印度是世界上产茶最多的国家，总产量为88.5万吨，占世界的27.6%；

中国是世界第二大产茶国，2003年产量达到80.0万吨，占世界总产量的24.9%；斯里兰卡是世界第三大茶叶生产国，2003年产量30.3万吨，占世界产量的9.4%；肯尼亚产量达29.0万吨，占世界产量的9.0%，印尼产量占世界产量的4.95%，土耳其产量占世界产量的4.08%，上述六国产量占世界产量的79.9%，被称为六大产茶国。

### 3.2 中国茶叶生产概况

中国是茶叶的故乡，是世界上最早发现茶叶和使用茶叶的国家。中国茶区辽阔，分布在北纬18°—37°，东经94°—122°的广阔范围内，从北面的山东半岛到南面的海南，从东面的台湾到西面的西藏东南部，全国有21个省、市、自治区产茶，包括福建、台湾、浙江、云南、湖南、安徽、四川、湖北、广东、江西、广西、重庆、贵州、江苏、河南、陕西、海南、山东、甘肃、西藏、上海等。

2003年，我国茶树种植面积超过110万公顷，其中采摘面积达到89.8万公顷，占全球采摘总面积的37.5%，是世界上茶树种植面积最大的国家。纵观茶树种植20余年的变化，我国茶园采摘面积基本稳定在80万公顷至100万公顷之间，近年来呈现稳定态势。目前，在我国21个茶叶种植省市中，种植面积在10万公顷以上的有六个省，分别为云南、福建、浙江、湖北、安徽和四川；其它茶叶种植面积较多的省份有湖南、贵州、陕西和广东；上述十省的茶树种植面积占全国总面积的86.8%。

表3 我国茶叶生产概况表

年份	茶园采摘面积(万公顷)	产量(万吨)	产量年增长率(%)	人均产量(千克)
1980	106.8	30.4	9.75	0.31
1985	83.4	43.2	4.35	0.41
1990	84.2	54.0	1.12	0.48
1995	88.8	60.9	2.43	0.49
2000	89.8	70.4	2.83	0.54
2001	90.6	72.2	2.55	0.55
2002	90.3	76.5	5.95	0.58
2003	89.8	80.0	4.57	0.59

资料来源：中国统计年鉴1981-2004，联合国粮农组织FAOSTAT统计数据库

2003年我国生产茶叶80.0万吨，占全球总产量的24.9%，仅次于印度，是世界第二大茶叶生产国。纵观茶业20余年的产量变化，我国茶叶总产量呈逐年上升趋势，

1980年至2003年年均增长率为4.29%；人均产量也稳中有升，从1980年的0.31千克逐步增长为2003年的0.59千克（见表3）。我国主要产茶省份为福建、浙江、云南，其次为湖北、湖南和四川，上述六省总产量约占全国总产量的75%。

我国茶叶产品结构具有明显的特点：第一，我国是世界上生产茶类最丰富的国家，各种茶叶均有生产，其中乌龙茶、黄茶、黑茶和白茶是我国特有的茶类，而其它产茶国只生产红茶、绿茶。第二，我国茶叶产品结构以绿茶为主，而全球茶叶产品结构以红茶为主。2003年我国绿茶生产占总量的74%，红茶只占4%。第三，茶叶品种向多元化发展，新产品将成为我国茶叶新的增长点，总的趋势是：绿茶，乌龙茶快速发展，红茶持续下降；茶产品质量结构正在朝优质、有机、特色、无公害的方向发展，总体结构不断优化。第四，茶叶生产区域性较强。绿茶生产中浙江占较大比重，近几年产量持续保持在全国绿茶总产量的20%以上；乌龙茶生产集中在福建、广东两省，其中福建乌龙茶产量占全国乌龙茶总产量的75%以上；红茶生产主要集中在云南、湖南两省，两省红茶产量占全国红茶总量的50%以上。名优茶区主要集中在浙江、湖南、四川、安徽等省。

### 3.3 世界茶叶贸易概况

茶叶是世界人们的普遍饮料，而且已成为跨国跨行业的产业。茶叶经济贸易已经成为世界经济贸易的一个不可忽视的组成部分。2002年21个国家和地区茶叶出口金额达25.2亿美元，其中斯里兰卡6.45亿美元，肯尼亚4.50亿美元，印度3.72亿美元，中国3.42亿美元，印度尼西亚0.99亿美元，越南0.78亿美元，阿根廷0.40亿美元，马拉维0.35亿美元，乌干达0.33亿美元，坦桑尼亚0.27亿美元。

表4 1992—2002年世界茶叶出口情况表 单位：万吨、亿美元、美元/千克

年份	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
数量	112.6	122.3	106.1	116.8	121.4	131.6	142.4	136.8	148.9	144.7	135.5
金额	22.7	23.1	20.7	22.8	24.6	29.8	33.6	27.9	29.5	28.3	25.2
单价	2.02	1.89	1.95	1.97	2.28	2.27	2.37	2.05	1.99	1.96	1.87

资料来源：联合国粮农组织FAOSTAT统计数据库

从上表我们可以看出近些年来世界茶叶贸易数量基本上呈上升趋势，出口量基本介于130—150万吨之间，年均增长1.89%。从出口额方面看，1992至1998年呈现上升趋势，之后在起伏中呈现回落，2002年出口额达到25.2亿美元。这种结果出现

的原因一方面在于出口量起伏中略有回落，另一方面的原因就是茶叶出口单价的降低。从出口平均单价来看，从1993年起逐步上升，1998年达到顶点的2.37美元/千克，之后逐年降低，近一两年水平达到自上世纪90年代以来的最低点。

由主要茶叶出口国出口数量（见表5）可以看出，斯里兰卡、肯尼亚、中国、印度四国是世界上最主要的茶叶出口国，2002年的出口总量占世界茶叶出口总量的67.80%。其中斯里兰卡基本上一直占据世界茶叶出口第一大国的地位；印度曾经于上世纪80年代位居出口量第一，此后呈现下降趋势；2002年出口量仅列世界第四；中国茶叶出口上升幅度很大，近几年跃升为第二大茶叶出口国；肯尼亚茶叶出口增长也较为迅速，从1980年至2002年年均增速达到3.71%。此外，印尼、越南、马拉维、乌干达和坦桑尼亚等国出口量也较大，增速较快。

表5 主要茶叶出口国出口茶叶数量表（1980—2002） 单位：吨

国家	1980年	1990年	2000年	2002年
斯里兰卡	184728	216033	287005	290500
中国	116313	202052	230662	252279
肯尼亚	84455	166405	217282	188311
印度	238532	198136	200868	181617
印尼	74211	110959	105581	100185
越南	8970	16076	55600	74800
英国	24314	36045	22501	29888
马拉维	31274	41014	69600	32631
乌干达	526	4760	26388	30379
坦桑尼亚	13289	14902	22797	24306

资料来源：联合国粮农组织数据库

世界主要茶叶进口国有俄罗斯、英国、巴基斯坦、美国等国，上述四国2002年的进口总量达到53.5万吨，占世界进口总量的40.3%。埃及、日本、阿联酋也是传统的茶叶进口大国，年进口量超过5万吨。另外，伊拉克、摩洛哥等国进口量也较大，并且增速很快，这些茶叶进口大国在历史上就有或者近些年形成饮茶的习惯，进口量较为稳定，是世界茶叶出口国最为关注的市场。

### 3.4 我国茶叶贸易概况

中国茶叶近些年出口基本情况是出口量增加，出口额基本上稳中有升；但平均单价下跌，并有可能进一步下跌。出口茶类中，绿茶猛增，红茶下跌，特种茶稳定。

表 6 1985—2003 年我国茶叶出口状况表

项 目	1985	1990	1995	2000	2001	2002	2003
出口额（万美元）	29405	41644	27475	34717	34204	33189	36700
出口额年均增减幅度	——	7.21%	-0.85%	2.60%	-1.50%	-2.98%	5.32%
出口量（吨）	140651	202052	166572	230662	249654	252279	259900
出口量年增减幅度	——	7.51%	-2.63%	6.45%	9.65%	1.05%	3.04%
平均出口单价（美元/吨）	2091	2061	1649	1525	1370	1320	1413
出口额占全国商品总出口额比例	——	——	——	0.14%	0.13%	0.10%	0.09%

资料来源：中国统计年鉴（86，91，96，01，02，03，04）

注：横线表示数据暂缺，但不影响做总体分析，下同。

通过表 6 数据，可以看出我国茶叶的出口特点主要是：

——我国茶叶出口额 80 年代呈上升趋势，上世纪 90 年代有所起伏，2000 年之后稳中有升。1980 年我国茶叶出口为 14.07 万吨，至 2003 年茶叶出口增加到 25.99 万吨，成为世界第二大茶叶出口国。茶叶出口在世界茶叶总出口量中所占的比重从 1980 年的 11.81% 增加到 2003 年的 18.74%。同时中国茶叶出口额在全国总的出口规模中所占比重连年下降。正如表中所列，1998 年茶叶出口占我国总出口额的 0.2%，而 2000 年就下降到 0.14%，到 2001 年茶叶出口只占我国总出口额的 0.13%，2002 年仅为 0.10%，2003 年降为 0.09%。也就是说，随着我国对外贸易总体规模的扩大和结构的变化，茶叶的出口贸易在我国总的出口规模中的重要性正逐步下降。

——我国茶叶出口的平均单价在逐步的走弱。1990 年我国出口的茶叶平均每吨 2061 美元，1995 年平均每吨 1649 美元，降低了 20%；2000 年只有每吨 1525 美元，比 1995 年降低了 7.5%；2002 年又降为每吨 1320 美元，比 1995 年降低了 13.44%。也就是说，假设不考虑其它因素变动的話，由于茶叶出口价格的下降，使得我国茶叶出口的贸易条件发生了恶化，虽然 2003 年反弹为 1413 美元，但只是反映了国际市场的暂时性状态，在国际市场供大于求的情况下，很难扭转茶叶价格进一步下跌的趋势。具体原因我们在以后的章节中进行细化分析。

——在我国的茶叶出口贸易中，绿茶占较大比重，占据世界绿茶市场的份额达

80%左右；红茶出口逐年减少，并有进一步萎缩的趋势；特种茶出口增加，超过红茶。具体情况将在以后的章节中分析。

## 4 我国茶叶产业国际竞争力的实现指标分析

反映产业国际竞争力结果的实现指标包括市场占有率、盈利率、贸易竞争指数、相对出口优势指数等，其中最重要的指标是市场占有率和盈利率。由于企业获利情况的统计资料较难获得，而且当主要分析国际竞争力结果时可以假定其所获利润与市场占有率为正相关关系。因此主要用市场占有率和贸易竞争指数来考察我国茶叶产品参与国际竞争的实际结果，并进行国际比较。

### 4.1 国际市场占有率及国际比较

#### 4.1.1 总体国际市场占有率

市场占有率是反映国际竞争力的最直接和最简单的实现指标，可以表明其在国际和国内市场竞争中所具有的竞争实力。市场占有率高，国际竞争力强；反之，则弱。国际市场占有率的简略计算公式为： $WMS_i = X_i / X_w$  其中： $WMS_i$  表示  $i$  国茶叶的国际市场占有率； $X_i$  表示  $i$  国茶叶的出口额； $X_w$  表示世界茶叶出口总额。某产业或产品国际竞争力的大小可以通过国际市场占有率来判断。1980年~2002年世界八大茶叶出口国的国际市场占有率如图3所示。

从出口量国际市场占有率来看，世界茶叶国际市场占有率较高的国家主要有斯里兰卡、肯尼亚、中国、印度，四国出口总量占世界出口总量的60%以上，其他较高的国家有印尼、越南、英国、马拉维等。上述八国出口数量占世界出口总量的75%以上。斯里兰卡的出口量稳中有升，2002年达到世界出口量的21.45%；肯尼亚出口在95年达到顶峰，近些年又呈现回落趋势；中国出口量稳中有升，从1980年仅占世界出口量的11.82%发展为2002年的18.82%；印度是出口量下降幅度最大的国家之一，从80年至今，出口量所占世界比重呈现持续下降趋势，从1980年的24.25%下降为2002年的13.41%；印尼出口量所占比重基本稳定，持续保持在7%到9%之间；越南是茶叶出口量国际市场占有率增长最快的国家之一，从80年至今已经增长了6倍，尤其在绿茶出口上成为中国最大的竞争对手；乌干达增长也较为迅速；坦桑尼亚、马拉维、英国基本维持了本国的国际市场占有率。

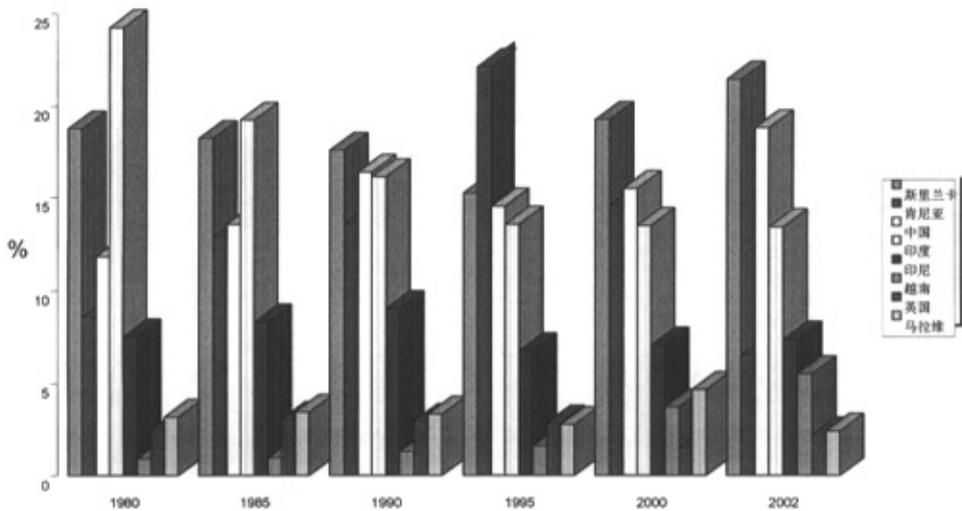


图2 世界茶叶主产国出口量国际市场占有率分布图

资料来源：国际粮农组织数据库（经作者整理），数据源参照附表1。

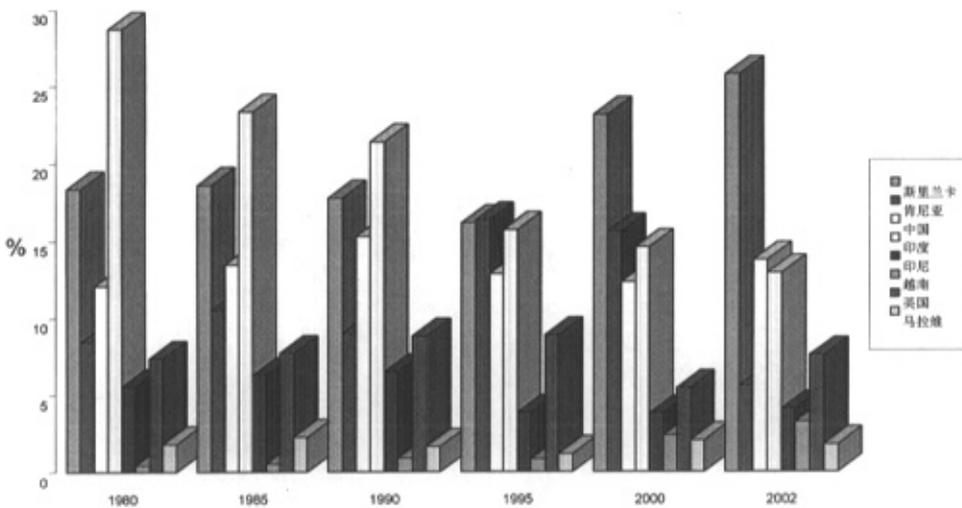


图3 主要茶叶出口国出口额国际市场占有率分布图

资料来源：国际粮农组织数据库（经作者整理），数据源参照附表2。

对比茶叶出口额国际市场占有率(图3)可以看出,斯里兰卡茶叶出口的优势进一步显现,2002年出口额所占比重达到25.82%,主要原因是茶叶出口单价较高;肯尼亚和中国的出口额国际市场占有率略低于出口量国际市场占有率,说明出口茶叶档次较低,价格相对低廉;印度出口额占有率下降幅度由1980年的28.72%下降为2002年的12.96%,退居为茶叶出口第四大国;英国的出口额国际市场占有率是出口量国际市场占有率的3倍,充分说明了英国出口茶叶的优良品质和高昂价格。

总之,斯里兰卡、肯尼亚、中国、印度一直占据世界茶叶出口的较大份额,国际竞争力较强。其中前三国占有率基本稳定或呈上升趋势,但印度的国际市场占有率呈明显下降趋势,国际竞争力下降明显。越南发展很快,市场占有率不断提升。英国在出口高品质茶叶方面有较强的国际竞争力。

#### 4.1.2 分品种国际市场占有率

1990年以来,我国出口茶类结构发生了明显变化。我国红茶由于品质低,在国际市场上竞争力弱,取消茶叶出口补贴后,出口量锐减。红茶出口从1992年的8.04万吨下降到2002年6.72万吨,其出口金额的下降也较明显;绿茶出口量1992年的8.63万吨增长到2002年的13.58万吨,增长57.4%,但是同期总出口金额并非每年递增,在2000年达到最高后又呈现递减趋势。可以推断,我国茶叶出口主要以绿茶为主,但是绿茶和红茶的单价都有所下降,而且价格的下降幅度大于数量的变化。由于我国红茶、绿茶出口的情况不尽相同,下面将把两者分开来进行分析。

##### ——绿茶出口

我国绿茶出口总量逐年上升,且上升幅度较大,在国际绿茶市场占有绝对份额。1985年,我国绿茶产量为36.5万吨,占当年世界绿茶产量的70%,出口量占全球绿茶出口量的80%以上。2002年,绿茶出口13.58万吨,占全球绿茶出口量的83%以上。

通过表7可以看出,我国绿茶出口一直占据世界绿茶出口量的较大比重,其它出口绿茶较多的国家有越南、印尼、印度和斯里兰卡等。其中越南和印尼绿茶出口增速高于中国,尤其是越南,1992—2002年出口量增长255%,成为中国绿茶的主要竞争对手。

将1996—2002年间我国绿茶的出口额分别与世界绿茶出口额进行比较(表8),我国绿茶出口额一直占据世界绿茶出口额的较大比重,具有很强的国际竞争力。但同

时应该注意到我国绿茶出口额所占比重在起伏有降低的趋势,说明国际市场上绿茶出口竞争加剧。

表7 世界绿茶主要出口国出口量10年对比表(1992-2002) 单位:万吨

国家	1992		2002		出口量增减 百分比
	出口数量	占全球比重	出口数量	占全球比重	
中国	8.6316	87.13%	13.5778	83.23%	57.36%
越南	0.4	4.04%	1.45	8.89%	255%
印尼	0.453	4.57%	0.8	4.90%	76.60%
印度	0.25	2.52%	0.3	1.84%	20%
斯里兰卡	0.1062	1.07%	0.0836	0.51%	-21.28%
全球	9.9061	100%	16.3131	100%	64.68%

资料来源:中茶网 www.teanet.com.cn (经作者整理)

表8 1996-2002年中国和世界绿茶产品出口额概况表 单位:百万美元

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
世界	149	224	310	328	343	329	337
中国	123	156	227	230	254	240	235
中国占世界%	82.55	73.26	70.00	70.12	74.05	72.95	69.14

资料来源:联合国粮农组织数据库

表9 1992-2002中国绿茶主要出口市场所占比例分布表 单位:%

年份	1992	1995	1999	2000	2001	2002
出口总额(百万美元)	21794	13801	23041	25384	23932	23475
摩洛哥	30.07	18.19	25.87	26.17	23.85	23.11
日本	3.94	9.44	11.66	14.11	20.05	14.75
中国香港	11.42	9.16	2.65	2.48	2.74	3.40
法国	3.64	5.43	5.33	6.97	3.74	1.41
乌兹别克	1.96	0.52	4.05	2.39	2.20	3.35
英国	0.42	0.69	0.66	0.61	0.52	0.40

资料来源:联合国粮农组织数据库(经作者整理)

表 9 列出了 1992-2002 年我国绿茶主要的出口国家或地区从我国进口绿茶金额所占比例的变化。摩洛哥历年来都是我国绿茶出口的最大市场，在 1992 年出口到该地区的绿茶占当年我国绿茶出口总额的近三分之一，从 1999 年到 2002 年期间，此份额都保持在 23% 以上，但是呈现出缓慢的下降趋势。我国绿茶的第二大出口市场是日本，虽然在 1992 年在我国绿茶总出口额中只占 3.94%，但此后到 2001 年一直迅速增长，在 2001 年占我国绿茶总出口额的五分之一强。我国对英国的绿茶出口发展缓慢，其 2002 年占我国总出口额的比例与 1992 年相比略有下降。香港地区在 1992 年前后是我国绿茶出口的第二大市场，但到 2002 年该市场只占我国总出口额的 3.4%。另一个出口份额下降明显的市场是法国，其占我国绿茶总出口额的比例从 1992 年的 3.64% 降至 2002 年的 1.41%。

通过以上对我国绿茶出口量、出口额及其出口市场的分布的分析可以看出，我国绿茶的出口量和出口额一直占据国际绿茶市场的较大比重，处于比较有利的竞争地位，国际竞争力较强。但同时随着其他一些国家开始大力发展绿茶，绿茶的国际竞争将进一步加剧。中国绿茶在国际贸易中占有绝对的竞争优势，在国内市场上，绿茶的生产和销售却处于一片混乱的状态。一些企业为了增加自己的市场份额，尽量压低价格进行竞争，使得国际绿茶市场价格下降，而其他的企业由于先期大量的投入，退出竞争会造成损失，不得不参与到竞争中，形成了恶性循环。由于市场的边际收益很低，不少企业不得不以次充好，降低产品质量，在国际市场上造成较坏的影响。茶叶销售以低级的初加工品为主，产品的附加值低。

### ——红茶出口

历年来红茶出口占了世界所有茶叶出口的极大份额，对世界茶叶贸易无论从数量上还是从金额上都产生着决定性的影响。历史上，我国红茶出口占据了较大的比重，出口量曾长期超过绿茶出口量。但我国红茶生产在气候资源及土壤条件方面一直差于其它主产国，随着市场对红茶品质的要求越来越高，我国红茶的出口形势发生了逆转。表 10 对中国和世界红茶出口额及中国红茶出口额所占比重进行了比较，发现中国红茶出口额从 1996 年起一直呈现递减趋势，年均降幅达到 6.26%，并有进一步下降的趋势。中国红茶出口额占世界红茶出口额的比重也由 1996 年的 13.57% 下降为 2002 年的 4.59%。

表 10

1996—2002 世界和中国红茶出口额概况表

年 份	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
世界(百万美元)	1179	1927	2101	2323	1706	1903	1970
中国(百万美元)	160	176	153	108	94	92	91
中国占世界%	13.57	9.13	7.28	4.65	5.05	4.83	4.59

资料来源：联合国粮农组织数据库

表 11

1992—2002 年中国红茶主要市场出口百分比

单位：百万美元、%

年 份	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
出口总额	144	163	131	137	160	176	153	108	94	92	91
日 本	23.3	16.0	23.8	27.0	23.9	20.7	22.3	33.8	40.4	41.2	38.2
欧 盟	11.6	15.5	15.7	14.2	14.9	14.4	15.6	17.7	12.8	12.8	10.4
中国香港	12.6	9.6	10.9	10.7	9.4	9.9	8.2	13.5	16.9	14.0	17.4
美 国	12.5	10.8	12.3	9.3	7.6	7.6	8.2	7.8	8.3	7.6	8.6
俄罗斯	3.4	14.4	4.9	6.3	6.2	4.8	5.4	5.4	2.7	5.4	6.7

资料来源：联合国粮农组织数据库（经作者整理）

日本历年来都是我国红茶出口的最大市场，在我国红茶出口额中所占比例呈上升趋势，但不是稳步上升，而是增减反复，增加速度最快的阶段是从 1997 年到 2001 年，从 20.69% 增至 41.2%，翻了一番。欧盟在 1993 至 1999 年间曾是我国红茶出口的第二大市场，但从此后迅速减少了从我国的进口，到 2002 年其占我国红茶总出口的份额跌倒了十年来的最低，只有 10.37%。中国香港从 2000 年起取代欧盟成为我国第二大红茶出口地区，而且十年来总体表现为增长。我国红茶对美国的出口从 1997 年起比较稳定地缓慢增长，对俄联邦的出口占总出口额的比例从 1994 年开始保持在 5% 上下，从 2000 年到 2002 年呈现增长，年均增长率为 60.1%。

我国国内生产红茶的企业中，比较大的茶场分布在海南、广东、湖南、重庆和四川等省市，多属于一些国有老场，技术力量和生产设备落后，产品质量下降，红茶出口效益不佳，国内销售由于饮用习惯问题，也没有广阔的发展前景。虽然国外的红茶进入中国的市场，带动了中国红茶的消费，但国内的红茶生产厂家却出于技术落后，产品没有知名度，无法与之竞争。

通过以上分析可以得出,我国红茶的国际市场占有率逐渐下降,国际竞争力下降,并有进一步下降的趋势。主要原因一方面在于先天生产条件的不足,中国红茶品质明显差于其它主产国;其次就是技术及设备的落后,产品质量难以提高;再次就是随着茶叶出口补贴的取消,红茶出口企业利润降低,以前依赖出口补贴的企业转变出口结构和出口战略所致。

#### ——特种茶出口

特种茶指乌龙茶、普洱茶、茉莉花茶、白茶、名优茶等(如龙井、碧螺春、都匀毛尖、古丈毛尖、高桥银峰、湘波绿等)。其历史悠久、工艺精湛、外形别致、内质风格优异,驰名中外,其他产茶国无可比拟,是我国出口的一大优势。日本、香港进口中国特种茶最多,约占80%以上。普洱茶、六堡茶、沱茶主销香港、马来西亚、日本等国。

特种茶出口前景广阔。世界茶叶市场虽以红茶为主,但绿茶、特种茶比例不断上升,尤其是乌龙茶,10年增长了9倍。2001年,全国出口茶叶25万吨,出口额3.42亿美元,其中特种茶为6.7万吨,出口额1.6亿美元,分别占总出口量和出口额的27%和47%。香港、澳门消费的茶叶,70%是普洱茶,中国乌龙茶占日本茶叶消费总量的15%,具有广阔的发展空间。

通过以上分品种国际市场占有率的分析可以看出,我国绿茶国际市场占有率较高,具有很强的国际竞争力;而占世界茶叶贸易总额四分之三的红茶,我国的国际市场占有率很低,并且一路下滑,有进一步下降的趋势,国际竞争力较弱;我国特种茶中的一部分由于品种独特、品质优良,虽然市场占有率不高,但发展空间较大,国际竞争力有上升的趋势。

## 4.2 主要进口国市场占有率

主要进口国市场占有率可反映我国茶叶在主要进口国市场的竞争力状况,对此进行比较,我国茶叶在主要进口国的竞争力状况会更明晰。在不考虑外商投资企业影响的情况下,可采用如下计算公式: $IMS_{ij}^k = M_{ij}^k / M_i^k \times 100\%$ 。式中 $IMS_{ij}^k$ 为j国i产品占k国i产品进口总额的比重; $M_{ij}^k$ 为k国从j国进口i产品的总额; $M_i^k$ 为k国i产品的进口总额。

世界茶叶主要进口国有英国、俄罗斯、巴基斯坦、美国、埃及、日本、伊拉克、摩洛哥、伊朗、阿联酋等。英国作为最大的进口国,其进口额一直保持在世界进口总

额的10%以上，俄罗斯紧随其后，巴基斯坦、美国、日本一直保持在5%以上，比重较为稳定；埃及、阿联酋进口所占世界比重稳中有升。我国茶叶主要出口国家和地区有摩洛哥、日本、美国、俄罗斯、乌兹别克、巴基斯坦等国。其中摩洛哥进口茶叶中我国茶叶所占份额近几年一直保持在95%以上；日本进口茶叶中，我国茶叶也一直保持在30%以上的市场份额，2002年超过40%；乌兹别克市场上我国茶叶市场占有率也一直保持在50%以上；其他我国茶叶市场占有率较高的国家或地区有美国、马里、中国香港。同时值得注意的是，虽然我国茶叶在某些国家或地区市场占有率较高，但在英国、俄罗斯、巴基斯坦这世界茶叶三大进口国中，我国茶叶的市场占有率相对较低，因此如何开拓这几大市场应当成为我们关注的问题，其他如阿联酋、伊朗、沙特、埃及等极具开发潜力的市场也值得我们重视。

表 12 我国茶叶在世界主要进口国市场占有率分布表 单位：%

年份	进口额占世界茶叶进口总额					从中国进口额占茶叶进口总额				
	1996	1998	2000	2001	2002	1996	1998	2000	2001	2002
英国	11.84	11.20	10.65	10.28	10.04	3.48	3.22	2.50	2.62	2.11
俄罗斯	7.55	9.55	7.64	7.27	8.12	5.88	3.67	1.94	3.90	4.98
巴基斯坦	6.37	7.49	7.52	6.34	5.71	4.87	5.38	2.65	2.86	3.98
美国	5.41	5.58	5.48	6.13	5.67	12.37	10.05	8.89	9.45	10.62
日本	7.48	5.54	7.04	7.40	6.35	27.93	31.28	35.31	43.27	40.09
埃及	3.23	3.05	3.81	3.54	5.01	—	—	1.05	4.25	0.39
伊拉克	0.74	1.31	—	—	—	—	14.14	—	—	—
摩洛哥	2.14	2.39	2.36	2.11	2.07	30.21	42.65	95.38	96.19	97.26
伊朗	2.53	0.90	1.82	1.78	0.01	0.09	5.56	2.31	2.36	—
阿联酋	3.44	6.44	4.99	3.62	5.42	9.33	5.42	0.62	0.59	0.61
马里	0.65	0.61	0.41	0.47	0.52	34.28	23.52	89.66	91.66	79.61
乌兹别克	0.37	0.25	0.38	0.43	0.55	86.64	100.0	58.89	71.88	56.65
中国香港	2.16	1.49	1.49	1.49	1.14	42.34	60.06	48.37	49.78	—

资料来源：联合国粮农组织数据库（经作者整理）

我国茶叶出口中，日本市场是中国最大的市场，近几年进口额一直占中国总出口额的20%以上；我国对摩洛哥茶叶市场的开拓较为成功，从1996年仅占中国出口额

6.12%发展到 2002 年的 18.50%；马里、波兰、阿尔及利亚进口我国茶叶占中国出口比重稳中有升；其它国家基本持平或略有下降，俄罗斯、塞内加尔、乌兹别克市场有较大波动（见表 13）。

表 13 世界茶叶主要进口国进口我国茶叶占中国出口茶叶总额 单位：%

	1996 年	1997 年	2000 年	2001 年	2002 年
出口总值（千美元）	283500	332477	347142	342037	331890
日本	19.78	16.94	21.16	26.40	21.60
摩洛哥	6.12	6.33	19.15	16.70	18.50
美国	6.35	5.50	4.15	4.77	5.11
乌兹别克	3.06	5.76	1.88	2.52	2.55
塞内加尔	5.19	5.09	5.43	3.48	2.34
俄罗斯	4.21	3.45	1.26	2.30	3.33
德国	4.11	3.47	3.21	2.99	3.13
马里	2.12	1.40	3.14	3.58	3.49
巴基斯坦	2.94	3.95	1.69	1.50	1.93
阿尔及利亚	0.57	0.32	3.13	3.68	3.36
英国	3.90	3.52	2.04	2.22	1.79
波兰	1.81	1.45	1.47	2.01	2.20
尼日利亚	1.15	0.76	0.61	0.52	0.80

资料来源：《中国统计年鉴》（97，98，99，00，01，02，03）（经作者整理）。

通过以上两表的对比分析，一方面我国茶叶出口市场较为广泛，遍及世界一百多个国家和地区；但另一方面，我国茶叶出口主要集中在非洲发展中国家和亚洲的一些国家，相对来说这些国家地区经济较为落后，政局稳定性较差。因此，如何开拓各传统茶叶消费大国市场，特别是发达国家市场，应该是我们必须重视的问题。

#### 4.3 贸易竞争指数及国际比较

贸易竞争指数表示一个国家的  $i$  类产品是净进口，还是净出口，以及净进口或净出口的相对规模，从而反映某国生产的某种产品相对于世界市场上供应的其他国家的该产品来讲，是处于生产效率的竞争优势还是劣势以及优劣势的程度。贸易竞争指数的计算公式为： $(E_i - I_i) / (E_i + I_i)$ 。其中  $E_i$  为产品  $i$  的出口总额； $I_i$  为产品  $i$

的进口总额。贸易指数为正，表示 i 类产品的生产效率高于国际平均水平，对于世界市场来说，该国是 i 类产品的净供应国，具有较强的出口竞争力。贸易竞争指数的取值在-1 和 1 之间，当其越接近 1，表明竞争力越强；贸易竞争指数为负值，表明进口大于出口，竞争力处于弱势。

上世纪 80 年代，我国茶叶的贸易竞争指数一直接近或等于 1.00，国际竞争力较强。同期，其它主要茶叶出口国家（肯尼亚和英国除外），贸易竞争指数也一直处于接近或等于 1.00 的水平，说明这些国家茶叶出口量较大，进口量相对进口来说很小。但从上世纪 90 年代起，各主要茶叶出口国贸易竞争指数有一定下降（坦桑尼亚，乌干达除外），中国已由 1990 年的 0.95 下降为 2000 年的 0.91，2002 年又降至 0.90，说明进口量的增加速度快于出口量的增加速度，国内市场已经不再完全由本国茶叶品牌垄断。其它主要出口国家中，印度下降最快，2002 年时贸易竞争指数降至 0.86。斯里兰卡、马拉维、孟加拉降幅较小。与此同时，坦桑尼亚、乌干达仍然保持了较高的贸易竞争指数。英国由于是进口加工后再复出口，所以贸易竞争指数为负值，可见英国茶叶出口缺乏产业基础，发展受到一定程度的限制。

表 14 世界主要茶叶出口国贸易竞争指数

国家	1980 年	1985 年	1990 年	1995 年	2000 年	2002 年
斯里兰卡	1.00	1.00	0.99	0.99	0.98	0.98
肯尼亚	0.90	0.88	1.00	0.99	1.00	0.92
中国	1.00	1.00	0.95	0.93	0.91	0.90
印度	1.00	1.00	1.00	1.00	0.96	0.86
印度尼西亚	1.00	1.00	0.91	0.99	0.95	0.93
马拉维	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.99
坦桑尼亚	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
乌干达	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
英国	-0.51	-0.40	-0.22	-0.22	-0.32	-0.19
孟加拉国	1.00	1.00	1.00	1.00	0.99	0.99

资料来源：联合国粮农组织数据库（经作者整理）

注：此表中由于取两位小数的缘故，部分国家贸易竞争指数为 1.00，并不表示该国没有进口，而是说明相对于出口规模，进口规模很小或没有，因而在计算过程中被四舍五入去了，对说明问题没有什么影响。

通过上表可以发现，我国茶叶贸易竞争指数落后于斯里兰卡、肯尼亚等主要竞争对手，说明随着国际茶叶市场的发展，各主要出口国已经不仅仅把注意力集中到非产茶国家，对出口大国的巨大国内市场，他们也都寄予了很大期望，正努力开拓出口大国的国内市场，茶叶国际贸易竞争也将进一步加强。所以在开拓国际市场的同时，也一定要重视国内巨大的消费市场。

#### 4.4 相对出口优势指数及国际比较

相对出口优势指数可以描述某国或地区，哪种产品的出口相对于世界平均水平更高些。衡量一国茶叶相对出口优势指数是用一个国家茶叶出口占该国出口总额的份额与世界茶叶出口额占世界商品出口总额的份额的比率。用公式表示就是：

$$RCX_i = \frac{X_i / \sum X_{ij}}{X_w / \sum X_w}$$

其中： $RCX_i$  表示  $i$  国茶叶的相对出口优势指数； $X_i$  代表  $i$  国茶叶出口额； $\sum X_{ij}$  代表  $i$  国所有商品的出口总额； $X_w$  代表世界茶叶出口额； $\sum X_w$  代表世界所有商品出口总额。如果  $RCX_i > 1$ ，说明  $i$  国茶叶具有相对出口优势；如果  $RCX_i < 1$ ，说明  $i$  国茶叶处于相对出口劣势；若  $RCX_i$  等于 1，则表示处于国际平均水平。一国的  $RCX_i$  越大，则该国的竞争优势越大。

表 15 世界主要茶叶出口国相对出口优势指数表（1993—2001）

年份 国别	1993	1995	1997	1999	2000	2001
中国	6.19	4.09	3.32	3.45	2.92	2.89
斯里兰卡	144.95	215.42	282.09	262.00	263.92	317.26
肯尼亚	424.14	438.06	364.63	522.43	545.03	480.09
印度	24.36	25.99	25.94	22.64	21.31	18.80
印尼	6.69	4.28	1.74	3.97	3.78	3.96
越南	10.76	7.73	9.95	7.79	10.18	11.67
马拉维	176.63	145.42	145.51	170.94	297.57	326.57
英国	2.03	1.86	1.60	1.45	1.20	1.39

资料来源：联合国粮农组织数据库（经作者整理）

从表 15 可以看出,肯尼亚、斯里兰卡、马拉维的相对出口优势指数远远大于其他几国,竞争优势十分明显。印度的相对出口优势排名第四,越南排名第五,印度尼西亚排名第六(除了 1997 年降至第七位外),英国相对出口优势较弱。中国的茶叶相对出口优势指数除了 1997 年排名第六位以外,其余年份一直排在第七,并且总体上呈下降趋势,这说明我国茶叶的相对出口优势不明显,并且优势呈现缓慢下滑趋势。

通过以上三项指标分析,可以看出斯里兰卡、肯尼亚、印度的茶叶出口最具有竞争力,越南的竞争力在不断增强,英国的竞争力总体上呈现下降趋势。我国茶叶的国际市场占有率尽管一直保持在 10%以上,但与斯里兰卡、肯尼亚、印度相比,竞争优势还有一定差距。

## 5 影响茶叶产业国际竞争力的因素分析

影响茶叶产业国际竞争力的因素可以大体归结为两个方面,即价格因素和非价格因素。前者指不同国家的茶叶产业,以相同的产品在国际市场上竞争,谁的茶叶产品价格较低,谁的茶叶产业就具有较高的国际竞争力,反之亦然。后者主要包括茶叶产品的品质、品种、品牌、营销等,即不同国家的茶叶产业,以相同销售价格的茶叶产品在国际市场上竞争,谁的茶叶产品品质好、品种多、品牌响、营销能力强,谁的茶叶产业就具有较高的国际竞争力,反之亦然。在现实经济中,上述这两个因素又是由许许多多其他因素决定的。比如,茶叶产品价格又与产品生产要素成本、经营规模、生产技术水平、经营管理水平等多方面因素有关。如果把这些因素的因果关系链一直往前推溯,几乎涉及到经济、社会、文化、政治等各个方面。目前,波特的“钻石模型”已在实际应用中被学者们作为“经济分析范式”运用于不同产业的国际竞争力分析。基于此,笔者运用该模型,对我国茶叶产业竞争力的影响因素作出分析评价。

### 5.1 生产要素条件

#### 5.1.1 优势因素

##### ——自然资源优势

如前所述,中国茶区辽阔,分布在北纬 $18^{\circ}$ — $37^{\circ}$ ,东经 $94^{\circ}$ — $122^{\circ}$ 的广阔范围内,从北面的山东半岛到南面的海南,从东面的台湾到西面的西藏东南部,全国有 21 个省、市、自治区产茶茶园面积。2003 年,我国茶树采摘面积 89.8 万公顷,占全球采摘总面积的 37.5%,居世界第一,年产量世界第二;我国处于温带,有丰富的生态资源和茶树种植资源,而其他几个主要产茶国均位于热带地区,不易模仿我国的某些

优势。所以，从自然资源因素这类初级生产要素来看我国茶业具有发展的天然优势。

#### ——历史文化资源优势

我国是茶叶原产地，我国人工栽培茶树已有3000多年历史，17世纪就有茶叶出口，鸦片战争前在世界上一直处于称雄地位。我国茶叶以其源远流长的历史闻名于世界，这是我国独有的出口茶叶活动中可以利用的一大历史资源。由于宜茶区域广阔，各区域特有的土壤、气候条件，以及劳动人民的长期精心研究和实践，源远流长、博大精深、绚丽多彩的我国茶文化中所体现的伦理的、哲学的、美学的内涵，在我国茶叶出口中是一种可利用的丰富的战略性资源。

#### ——地理位置优势

处于东亚地区的中国，东临日本、北临俄罗斯、西接中亚诸国、隔太平洋与美国相望，这些国家都是世界茶叶主要进口国或地区。优越的地理优势使茶叶出口具有得天独厚的优势。以日本为例，其进口中国茶叶占国内进口茶叶总额的40%左右，与其他国家相比，中国对日茶叶出口具有运输距离近，时间短，运输成本低的特点。如果可以利用好地理位置优势，不仅可以降低运输成本，还可以扩大市场份额。

#### ——品种齐全，绿茶特种茶存在优势

我国在世界上茶树种质资源最丰富，我国创造了品种齐全的六大茶类，使我国具有丰富的茶叶产品出口资源，特别是我国绿茶在国际市场不仅处于垄断地位而且需求量有增长趋势。在10%-15%的绿特茶国际市场份额中，我国绿特茶市场占有率高达80%以上。

#### ——发展有机茶、无公害茶的优势

有机茶是我国第一个颁证出口的有机食品，从1997年开始，由于有机茶显著的经济效益、生态效益和社会效益，引起广泛重视而步入快速发展阶段。我国大部分茶区分布在生态环境好的山区丘陵地带，相当一部分高山区茶园海拔高度500—800米，有的可达1000—1300米，病虫害较少，生态环境较为优异；一些荒芜和半荒芜茶园，稍加开发就可以转换为有机茶园，并能形成一定规模。我国目前正在广泛开发无公害茶，绿色食品茶也有一定规模和成效，年产约1万吨。如将这些产品标准与国际接轨，可使茶叶出口更快进入规模化。

#### ——劳动力及人才优势

我国有8000万茶农，2000万茶农户，由于户均茶园面积仅0.1公顷左右，人均则更少，所以茶叶产业劳动力极为丰富。除中国农科院建立茶研所之外，各主要产

茶省建立的茶叶科研单位共15所，10所高等农林院校设立了茶学系或茶学专业，培养了大批的茶业各方面的大专本科生、硕博研究生。这些人才资源会对我国茶业的发展产生巨大影响。

#### ——茶叶深加工起步早

我国茶叶深加工起步较早，仅次于日本，领先于印度、斯里兰卡、肯尼亚等主要产茶国。茶饮料、茶多酚等茶叶新产品均实现了产业化，如2001年我国茶饮料生产量达到300万吨，茶多酚的生产量超过了1000吨。

#### ——民营茶叶加工企业快速发展

近几年，民营茶叶企业数量不断增加，民营企业的规模不断扩大，民营企业的组织结构不断完善，民营企业在茶叶加工业中所占的地位不断提高。今后，民营企业将成为茶叶加工业的骨干力量，对促进我国茶叶加工业发展将发挥更加重要的作用。

### 5.1.2 制约因素

#### ——经营分散，茶农组织化程度低

茶农平均种植面积不足1亩，茶叶生产中谈不上规模效益，千家万户的小生产与千变万化的大市场之间的矛盾，既制约了生产，也影响了流通。缺少中介服务的茶农面对的主要是集市贸易形式的初级市场或不同经济形式的茶叶收购站，不仅不可能参与国内市场大流通，更无法与国际市场相接轨。

现阶段无论是生产、加工还是商业型茶叶企业规模均偏小。世界其他产茶大国经营规模大。如日本、斯里兰卡每户茶园1公顷以上，最大产茶国印度最大茶园主有茶园2万公顷，斯里兰卡平均每家加工茶叶550吨，印尼年产茶1500吨的茶厂仅需工人26名。

#### ——出口茶叶品质下滑

出口产品质量指数是指一国某种出口产品的单位价格指数与该国出口商品价格总指数的比率。从理论上讲，如果出口产品质量指数呈上升趋势则表明该产品的出口附加值在增长，即在国际市场上的质量竞争力在上升；如果出口产品的质量竞争力呈下降趋势则表明该产品出口附加值下降，即在国际市场上的质量竞争力在下降。

表 16

中国和世界主要出口国出口茶叶质量指数表（1980—2002）

	1980年	1985年	1990年	1995年	2000年	2002年
斯里兰卡	1.00	1.08	1.03	1.08	1.23	1.23
肯尼亚	1.00	0.83	0.75	0.75	1.09	0.88
中国	1.00	0.97	0.93	0.86	0.79	0.72
印度	1.00	1.06	1.12	0.98	0.90	0.82
印度尼西亚	1.00	1.06	0.97	0.77	0.73	0.76
越南	1.00	1.16	1.43	1.08	1.33	1.24
英国	1.00	0.87	1.00	1.04	1.21	1.16
马拉维	1.00	1.23	0.86	0.74	1.26	1.17
乌干达	1.00	1.32	1.11	—	2.39	1.87
坦桑尼亚	1.00	0.83	0.78	0.67	1.11	0.81
孟加拉	1.00	1.58	1.12	0.95	1.08	0.94

资料来源：联合国粮农组织数据库（经作者整理），以 1980 年为基期。

中国出口茶叶的质量指数从 1980 年至今一直呈下降趋势，并有进一步下降的趋势。与其它主要出口国家相比，我国茶叶的出口质量指数处于较低的水平，说明我国茶叶的质量竞争力较弱；斯里兰卡、英国的出口质量指数基本上一直大于 1.00，且呈现上升趋势，质量国际竞争力强；肯尼亚的出口质量指数有所起伏，但下降程度不是很大；印度质量竞争力近年来也呈现下降趋势，但幅度小于中国；越南、乌干达的质量竞争力一直高于 1.00，主要因为基期（1980 年）的价格水平较低所致，但还是较为强劲。其它国家质量竞争力都有所起伏，总体上呈现稳中有降的趋势。

#### ——各类出口茶价持续低迷下跌

相同的产品在同一市场上，价格越低就越有竞争力，这是一个公认的普遍存在的事实，也是经济分析的一个基础。因此比较不同国家的同类产品在同一市场上的销售价格，可以说明各国同种茶叶产品在价格方面的竞争力差异，并同世界平均出口价格相比较，来分析中国及其他主要出口国茶叶产品在国际市场上的价格竞争优势及其变化。

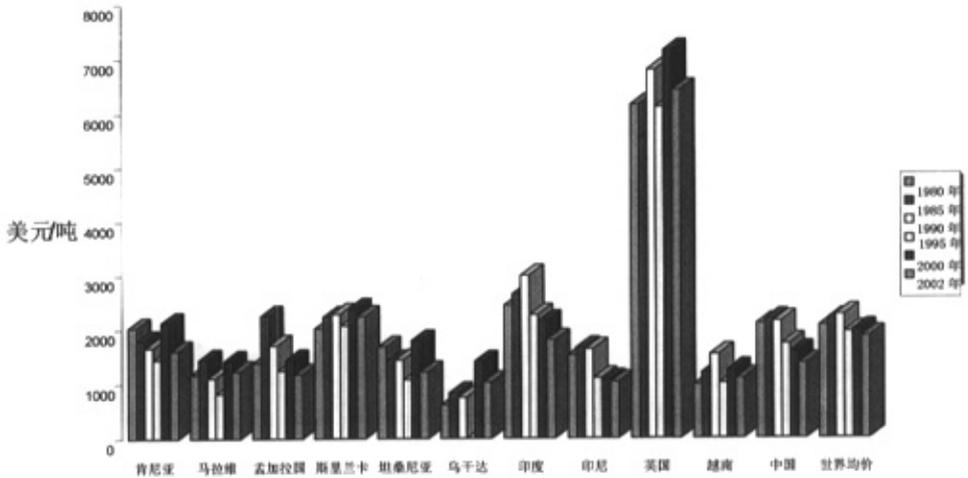


图 4 世界主要茶叶出口国茶叶出口平均价格概况图

从图 4 可以看出,我国茶叶出口价格在上世纪 80 年代呈上升趋势,90 年代之后总体上又呈现下降趋势。80 年代,我国茶叶出口均价基本同世界均价持平,90 年以后,同世界均价的差距越来越大。同时,英国、印度、斯里兰卡茶叶出口均价基本上一直高于世界均价,英国茶叶出口价格甚至是世界价格的 3 倍,主要原因在于其他茶叶出口国,尤其是乌干达、印尼、孟加拉、越南同世界均价有较大差距,说明出口茶叶多为初级产品。

与世界主要茶叶出口国相比,我国的茶叶出口单价明显偏低。2002 年我国出口茶叶的平均单价为 1.37 美元/公斤,英国为 6.42 美元/公斤,斯里兰卡为 2.24 美元/公斤,印度为 1.80 美元/公斤,肯尼亚为 1.60 美元/公斤。我国出口茶叶平均价格偏低,原因主要有:一是我国茶叶出口企业一直来自觉或不自觉地实施以量取胜战略,强调以较低的价格,通过扩大销售量来增加出口收益。这种战略不大重视提高茶叶质量;忽视对茶叶进行深加工,增加其附加值;不注重创建自己的品牌,运用品牌来进行非价格竞争。二是近年来我国茶叶出口经营权进一步放开后,一方面增强了出口企业的积极性,但另一方面由于市场关系尚未理顺,行业自律性不强,造成低价恶性竞争。这种低价恶性竞争既损害了我国茶叶出口的总体利益,也容易招致进口国的反倾销行为。

——面临新的技术壁垒,卫生质量有待提高

卫生质量是茶叶质量的重要方面,在当今绿色、健康消费趋势下越显重要。我国

茶叶出口卫生质量问题已经成为影响我国茶叶出口的主要问题之一。其中，农药残留超标是当前我国茶叶出口和内销中遇到的最大的卫生质量问题。许多国家和地区组织颁布农药最高残留限量（简称MRL）标准。一些发达国家，尤其是欧盟各国，都扩大了茶叶中农残的MRL检验范围，检验的农药品种由6种扩大至100多种，同时大幅度降低 MRL的值。根据欧盟2002年对世界上32个茶叶出口国和地区的分析结果，残留水平最高的国家包括中国（含台湾省）、日本、越南。我国作为世界上茶叶出口国中农药残留超标率较高的国家之一，欧盟执行新的MRL标准，已对我国茶叶生产和出口形成技术壁垒，造成较大的影响。

#### —— 绿茶、特种茶主销市场狭窄，红茶国际竞争力弱

全球有 160 多个国家和地区进口茶叶，我国茶叶出口遍及 100 多个国家和地区。绿茶出口国家和地区达90多个，但主销市场较狭窄。2003年我国绿茶市场1万吨以上仅两个国家，计6.58万吨，占总量36%。5000吨以上11个国家和地区，共计13.2万吨，占总量18.2万吨的 72.5%。特种茶主要市场更为狭窄。2003年1000吨以上的仅有日本、香港、美国、俄罗斯联邦、波兰5个市场，其进口量3.4万吨占总量4.0万吨的84.3%，销日本特种茶中乌龙茶1.9万吨占总量的47.3%。

红茶国际竞争力弱。在国际茶叶贸易中，红茶占主导地位，出口量占全球茶叶出口总量的85%以上。我国红茶由于受生态条件制约，品质明显低于印度、斯里兰卡、肯尼亚等主要产茶国，在国际市场上无竞争优势。过去，我国红茶出口通过补贴，依靠低价占领国际市场。外贸体制改革后，取消了对出口红茶的补贴，红茶出口大幅度下降。

#### ——产品粗放，附加价值低

茶叶资源利用不足，精深加工程度不够，高附加值的产品稀少。企业缺乏开发自身的独特产品或品牌能力，营销意识不强，措施不力，茶叶制品基本上都是初级产品或原料性产品，效益不理想，制约了茶叶产业升级和利润的提高。首先，茶业科技投入与推广不足，茶叶生产中科技贡献率低于25%，这主要表现在无性系茶树品种普及率和单产水平十分低下。目前我国无性系茶树良种普及率只有19%，而日本无性系良种普及率为93%，肯尼亚为90%，斯里兰卡为55%，印度为30%。2003年我国茶叶单产891千克/公顷，仅为世界平均单产的66.9%，与肯尼亚（2071千克/公顷）、印度（1998千克/公顷）、日本（2063千克/公顷）等国相比，差距更大。第二，出口茶类形态单一，增值茶开发有限：茶叶产品开发技术不足，使得我国出口茶形态单一，约90%为

传统散茶，对茶的有效成份及有用价值开发有限，在客观上限制了我国出口茶叶市场的扩大，需求量的增加。第三，我国的科学技术研究与推广运用脱节。茶叶科学技术研究与生产、加工、销售、贸易脱节。

## 5.2 国内外市场需求条件

国内外需求市场是产业竞争优势的关键要素之一。在任何一种产业中，母国市场对竞争力的形成都有相当重要的影响。这种影响不仅来自显而易见的规模经济，就产业国际竞争力的形成而言，国内市场的素质比其规模更重要得多。竞争优势理论主要针对工业制成品。的确，从绝大部分工业制成品看，有一个依托国内市场发育、定型，逐步走向国际市场的发展经历。但茶叶与工业产品不同，首先，目前茶叶的消费国远远超过茶叶生产国，这一特征决定了茶叶是一种高贸易率的商品；其次，我国茶叶在国际市场上已经享有盛誉，长期以来，我国茶叶产量的1/3以上供出口。因此，在讨论茶叶的本国市场条件时，不能忽视上述因素。

分析茶叶的市场条件，应同时着眼于国内和国际两大市场，在巩固和扩张国外市场的同时，认真思索依托国内市场进一步开拓国际市场的可行性。从我国茶叶的内销市场整体看，自上世纪80年代以来，茶叶已从短缺走向供求平衡，到目前已出现结构性过剩。对市场需求结构细分后得知，国内市场以绿茶为主，占社会销量的70%左右，其余依次为乌龙茶、红茶。近几年国内市场名优茶发展迅速，茶叶增产增值主要靠名优茶。尽管国内市场的主力需求在国际市场上不占有主导地位，但这一独特的市场特征已成功地阻止国外产品进入国内市场。从各地市场状况看，名优茶消费数量多，茶叶品种多，生产企业数量多，这种市场特征能协助企业掌握新产品信息与走向，刺激企业不断改进产品质量，提高企业生产、销售及服务等方面的竞争力。

从我国茶叶内销市场的需求规模方面分析，我国茶叶内销市场的需求规模将进一步扩大。目前，我国人均茶叶消费量只有360克，世界人均年消费茶叶近500克，而且地区之间差别较大，可见国内消费市场潜力很大。随着我国经济社会的发展，人民生活水平的提高，茶叶保健功能的有效发挥和茶文化作用增强，茶叶消费增加是必然趋势。由于国内需求对茶叶生产的拉动作用很大，国内需求推动茶叶生产质量提高、品种增加和数量增长，将成为提高我国茶叶国际竞争力的重要途径。

从我国茶叶面临的国外市场条件看，目前全世界进口茶叶的150多个国家和地区中，我国茶叶出口主要集中在20—30个国家，有30%左右的国家我国茶叶产品尚未进

入，有一定的市场空间。在国际茶叶市场上，我国绿茶、乌龙茶具有明显的竞争优势，但红茶缺乏比较优势。我国是世界上唯一的乌龙茶生产、出口国，国际绿茶市场也以中国绿茶为主。但乌龙茶、绿茶国际市场狭窄，开拓市场、扩大出口难度较大。近年来，虽然世界绿茶消费量增长较快，进口国家和地区有很多个，但主销市场集中在北非和中亚地区，进口最多的国家是摩洛哥。这些国家和地区经济发展水平较低，政治、经济、社会动荡，收汇率较低，潜在市场较大，但有效需求不足。20世纪90年代中后期，越南茶业发展迅速，大量生产绿茶，印度、斯里兰卡、印度尼西亚等传统红茶生产国也部分改制绿茶，与中国争夺绿茶市场，国际绿茶市场竞争日趋激烈。

### 5.3 相关供应商和支持性产业

绝大多数产品在被最终消费之前都要经过多道工序和市场环节，因而企业不可能包揽从原材料准备到最终零售的所有环节。特定产业的相关和辅助产业是否具有国际竞争力，对促进和增强该产业的国际竞争优势具有重要意义。相关产业在产业竞争力创造过程中起到了相当重要的作用。如果企业与低于平均水平的上下游产业结盟，则会减弱其竞争力。无论在市场链中企业之间的关系结构如何，高度发达的合作对于一个产业持续地创新和升级以维持其优势总是必需的。对某一产业的竞争优势具有重要影响的相关和辅助产业包括该产业的供应产业、可以与该产业相协调和共享某些活动的产业，以及互补产品的产业。

茶叶产业链的上游是与之相关的茶叶机械制造业。目前，我国的茶叶生产和加工机械比较落后，自动化程度低，茶叶生产常用的一些机械如修剪机、深耕机、采茶机等多从日本进口。茶叶加工机械技术含量低，容易仿造，也不占有优势。但加快茶叶机械设备的推广和应用却对提高生产效率，降低生产成本具有重要的作用。

茶叶生产和销售的另一相关支持产业是饮料加工业。饮料与茶叶有互补和替代关系，饮料业的快速发展，一方面，会挤占茶叶的销售市场；另一方面，会带动茶叶的生产和销售。因为饮料工业的科技进步，使茶饮料的生产成为可能，茶饮料的大批量生产和销售，增加了茶叶的销量。2001年我国茶饮料销量为300万吨，需要使用茶叶近2万吨，而2001年全国茶叶产量为72.2万吨，生产茶饮料的茶叶用量占茶叶总产量的近3%，尤其是这2万吨茶叶多为中低档茶，无疑对解决困扰我国茶叶产业多年的中低档茶积压问题有很大的帮助。随着茶饮料生产的进一步发展，茶叶的用量也随之增加，还将拉动我国中低档茶价格的缓慢回升，有利于促进我国茶叶产业的健康发展。

其次，袋泡茶市场看好。全国现有袋泡茶生产企业300多家，袋泡茶年销售量超过20000吨。第三，速溶茶市场开始启动。20世纪90年代以后，随着膜技术、冷冻干燥技术应用于速溶茶制造，速溶茶生产技术趋向成熟，速溶茶逐渐复苏，2003年全国速溶茶生产量达到1700吨。

茶叶提取物的发展。茶多酚从近年来得到快速发展。1996年以前，茶多酚主要内销，年销售量约40吨，产值约1000万元。从1999年开始，茶多酚的需求由国内转向国外，2001年销售量达到600吨，产值达到1亿元，2002年茶多酚销量更达到1250吨，产值达2亿元。其它一些应用于医药、卫生等的提取物的发展，一方面扩大了茶叶的利用范围，有利于减少低档茶叶积压；另一方面也宣传了茶叶的效用，提高人们对茶叶的认识，从而刺激茶叶消费。

茶叶包装业的发展。茶叶包装的实用价值在于防潮、防高温、防异味、防阳光直射和避免久露空间，给茶以合适的温度和湿度，在保质期内保持茶叶应有的品质不变。随着商品经济的发展，商品竞争已由物质时代渐渐进入精神时代，包装装潢成了最方便和廉价的广告媒介。茶叶包装已成为我国茶叶营销活动和茶文化的重要组成部分，它深刻反映了茶文化的群体心态、审美趣味、价值观念、民族性格、道德标准等。随着市场经济的发展，企业之间的竞争日趋激烈，在提高茶叶产品质量的同时，也要重视包装设计和质量，才能使茶业产销企业在激烈的市场竞争中站稳脚跟，才能使用户对其产品“情有独钟”。

另外，茶叶储运、物流也对茶叶产业的发展具有重要的作用和意义，一方面有利于保证茶叶的品质；另一方面有利于加快茶叶的运输流通，促进茶叶贸易的发展。

## 5.4 企业战略、结构与竞争

企业创立的目标、策略和方式在各国之间差异很大，企业如何经营、选择何种竞争方式受国内环境影响，一国某产业能获得竞争优势是因为该产业企业的组织管理模式能与本国环境以及该产业的竞争优势来源很好结合。此外激烈的国内市场竞争将有助于产业创新和获得国际竞争优势。因此，可以认为一国国内某产业高效率运行和健全完善的现代市场体系将有助于获得竞争优势，提高国际竞争力。

——企业制度。我国茶叶生产、经营企业长期受体制制约，经营机制存在缺陷，即与市场经济相适应的现代企业制度未完全建立。一些规模稍大的国有企业和民营企业在体制上进行了改革创新，但多数企业的组织结构封闭、孤立，仍处于传统型或家

族型体制结构类型，规模十分有限，扩张力不强，发展后劲不足，优势不明显。因此，对于这些企业来说，企业长期持续发展的动力机制、决策机制等重要机制没有建立，这样的企业成不了有较强竞争力的国际化企业。

——管理技能。我国许多茶叶企业没有建立科学管理体系，凭经验进行管理，管理水平落后，与国际惯例差距大。管理的方式方法对环境反应迟缓，不能适应不断变化的环境需要。具体反映在没有企业战略的指导、组织管理僵化、缺乏科学规范的管理制度、传统的营销手段不能适应市场竞争的需要、落后的管理方式造成效率低下等。企业竞争力一个重要组成部分是管理技能。当所有其他因素都指向成功时，管理上的失误却可能导致企业的失败。管理质量决定了企业是否能始终如一地追求最优的、长期利润最大化的策略。

——营销和分销渠道。产品销售尤其是出口营销体系对企业成功与否起关键作用。我国茶叶企业相对规模较小，市场分割较为严重，茶叶对外出口基本上依赖进口商，还没有建立比较稳定的销售渠道。因此，目前与国内成熟的工业企业相比，茶叶营销网络建设相对滞后，国际市场的营销渠道建设更有待提高。

——国际化经营。国内经营与国际化经营在方式方法与手段上有较大的差别，我国企业整体处于国际化经营的起步阶段，管理人员缺乏国际企业的管理理论与经验，尤其高层管理人员没有国际化经验、知识和能力，企业在国际市场运作中不能按国际惯例进行，使企业在跨国竞争中处于被动地位，而茶叶企业国际化经营经验更是缺乏。因此，提升国际化经营能力显得十分重要。

综合上述几方面的因素分析，目前，我国茶叶企业科技投入不足，技术含量低，在经营体制、观念和模式上有待创新，在管理技能、现代营销理念、营销方式和手段等方面也有很大差距，茶叶企业整体实力较弱，这些情况，严重地弱化了我国茶叶产业的竞争优势。

## 5.5 政府作用

政府在产业国际竞争优势中的真正作用是影响生产要素、市场需求、相关供应商和支持性产业、企业战略结构和竞争等基本要素。政府可以主动或被动地影响四个因素中的任何一个。因此，必须加强政府在产业发展中的作用。其中包括，制定具有科学可行性的发展规划，完善政策支持的机制，加大产业发展的扶持力度，提供良好的发展环境，创造合理、有序竞争的市场格局等等。政府在茶叶产业中的宏观调控目标

通常是改善贸易条件和降低市场价格的周期波动幅度,提高本国茶叶产业的国际竞争力,维护茶农的利益等。

### 5.5.1 政府政策和体制选择

影响和制约我国产业茶叶国际竞争力的政府政策有:补贴政策、税费政策、运费政策地等。在补贴和税费方面,发达国家与我们的情况形成鲜明的对比:一方面,发达国家给予农民以各种形式的支持和补贴,另一方面,我们不仅给予农民的支持较少,还向农民征收高额的各种农业税费,目前进行全面取消农业税无疑对广大茶农来说是一个好消息,这对国内农产品的价格竞争力产生了一定的影响。但在国内和国际运费方面,存在着垄断价格和垄断性收费,使得许多农产品的流通受到很大限制。现存的茶叶政策不利于我国茶业产业化与现代化。主要表现在:(1)进出口政策造成资源浪费,影响全球化经营主体的形成。我国茶叶出口配额长期实行的是政府管制。而出口指标主要分配给了一些传统的国有企业或地方集体企业,或所谓地方茶叶龙头企业。一些新型企业,民营企业却很难有配额。往往是,有海外客户而没有配额,有配额却没有市场。(2)扶持政策在一定程度上存在主体歧视不利于茶叶产业化。扶持主体还没有从根本上改变。重基地,轻流通;重生产,轻服务;重传统,轻创新。(3)税收政策不合理影响市场机制的发挥。税收过重,税负不公。由于当前多种经济成份存在,私营企业实行包干征收,国有企业则按帐征收。前者较轻,后者较重。在当前激烈的市场竞争和微利时代,私营企业足以用税收的因素置国有企业于死地。

国际贸易政策可以起到调节国内市场供求平衡和稳定国内市场价格的作用,国际贸易政策的科学合理利用不仅有助于稳定国内市场,维持良好的国内市场竞争环境,也有助于提高本国茶叶产品的国际竞争力。当前我国茶叶贸易环境有了深刻的变化,最主要表现为我国加入WTO。WTO的各种协议中,对茶叶贸易起协调作用的是乌拉圭回合的农产品协议,涉及的领域主要包括:市场准入、出口补贴、国内支持、卫生及植物检疫。它以实现全球农产品贸易自由化为目标,要求WTO成员国取消农产品非关税措施,逐步降低农产品关税,放宽市场准入条件。这既是机遇,又是挑战。

在国际贸易政策方面,我国按照WTO协议和我国加入WTO承诺,茶叶(花茶、红茶、乌龙茶、绿茶)加入之日的约束关税从90%—100%的高关税降为24%,2002年降为21%,2003年降为18%,到2004则又降至15%。加入WTO以后,我国茶叶关税的逐步削减,再加上我国目前并没有其他贸易保护形式,如质量标准等,这可能进一步刺激

外国茶叶进入我国市场，尤其红茶的进口量将会增加，同时也会培养一大批喜好“洋茶”的消费群体，占领国内市场的一定份额，这使国内茶叶市场竞争更加激烈。这是国际贸易政策改变带来的不利因素。同时，这种改变也有有利因素。按世贸组织成员进口关税的要求，发达国家平均关税为3.8%，发展中国家为14%，这将给我国茶叶出口带来机遇。特别是绿茶，关税的降低，进口国茶叶销售价格的降低，将会带来销售量的提高，茶叶进口量也会相应增加，有利于我国茶叶出口。中国加入世贸组织后，茶叶界中收益最大的是生产型企业，根据世贸组织规则，在出口退税方面，政府可对农业生产进行补贴，发达国家在农业出口补贴方面不超过农产品总产值的5%，发展中国家不超过10%，我国的补贴限制在两个“8.5%”之内，即政府对农业生产的补贴原则上不超过农产品总产值的8.5%，单项产品补贴不超过该项产品产值的8.5%，尤其值得注意的是出口补贴和非出口补贴应一视同仁。以往的茶叶出口多通过外贸公司，外贸公司除赚取一定的手续费外，还领取国家出口退税的份额，虽然后来一些外贸公司把退税金额部分返给生产企业，但毕竟带有随意性，缺乏政策支持。加入世贸组织后，非出口企业也能享受出口企业的农业补贴政策，可以说有更多的生产企业受惠于国家的出口退税制度，从成本上支持了出口。同时，也必须看到，我国茶叶产业面临着严重的非关税壁垒的挑战，也就是非关税壁垒影响着茶叶产业国际竞争力。加入WTO后的诸多改变对我国茶叶出口带来了巨大的压力。

### 5.5.2 政府公共服务

尽管我们进行了较大规模的政府机构改革，但是政府的职能转变还没有到位，政府的公共服务职能也没有得到有效发挥。

——科技研究、推广与培训。我国科研投入只能依靠国家财政为主。在科研经费投入方面，尽管近年有一些增加，但是远远不够。在对农民的培训方面，投入的经费就更加微不足道了。科技投入乏力直接影响茶业全球竞争力。我国茶业科技投入少、投资不足造成的创新乏力严重影响我国茶业全球竞争力。

——市场基础设施建设。我国目前的所有批发市场，储藏设施建设等均是按照企业而不是作为公共服务设施来进行的，实行所谓的“谁投资、谁建设、谁受益”的原则，又缺乏必要的市场规范，因此造成了市场收费高、服务差的状况。

——市场规范管理与市场信息服务。目前政府的投入较少，卫生检疫体系不健全，市场信息的高质量和无偿服务更是缺乏。由于政府投入不足，市场设施不健全，作为

市场质量和信息控制的核心环节拍卖市场缺乏,因此就无法建立起茶叶质量安全的可追溯机制,无法建立起市场信息的可靠基础。

### 5.5.3 茶叶经营管理体制

政府提供的制度环境也是很重要的因素。我国现行茶叶经营管理体制采用了多头领导,处在多块分割的困境中,几个部门各管一段,政策与体制的统一性和规范性较差,管理成本高,总体效率低。

现行的茶叶经营管理体制导致了我国茶叶生产的集约化程度低。生产方式主要是农户分散经营,生产规模小,农民组织化、市场化和社会服务化程度低,劳动生产率不高。千家万户的小规模生产,使茶叶生产加工的先进技术推广困难,机械化水平低,茶叶质量难以稳定,不能发挥茶叶经营专业化、企业化的优势。随着沿海发达地区劳动力成本的上升,导致茶叶生产成本低,市场竞争力受到削弱。

茶叶批发市场现存的管理体制是决定我国茶叶批发市场功能进而决定其交易方式的主要原因。现存的交易方式影响着我国茶业的产业化与现代化。主要体现在:(1)产品质量不能有效控制,经营主体不能有效监控。目前,我国茶叶批发市场管理体制是以经营场地租赁制为基础建立起来的,经营场地租赁制是基本的市场准入制度。你交钱,我给房。(2)交易成本高损害了茶行业的利益。由于从事生产的茶农越来越多,都愿意在批发市场设立销售点,批发市场门店有限,租金上涨,由此带动和促进社会资本纷纷投资茶叶批发市场的建设。茶商由于经营品种有限,真正能赚钱的较少。为了生存,只能欠债经营,茶叶诚信经营越来越难。(3)交易功能难以发挥,交易行为少。我国茶叶批发市场实际上演变成了茶叶零售市场。从总体来看,规模大。但批发市场之间其实是一个个独立的个体,又是茶农租赁经营,很难形成全国性市场或全球性市场,因此,对一个具体的茶叶企业来说,其市场规模很小。这就是我国茶业龙头企业 and 知名品牌难形成的原因之一。(4)市场难以有效监管。从本质来看,茶叶批发市场的投资人、管理者从事的是房地产门店经营,根本不懂也不关心茶叶发展。

茶叶市场经营秩序混乱是现行茶叶经营管理体制导致的另一弊端。加强和改善对茶业的宏观调控已到了刻不容缓的地步,必须建立一个制度化、规范化的管理体系。综观茶叶生产大国如印度、肯尼亚、斯里兰卡、印度尼西亚等都有统一协调茶叶行业的管理机构,实行协调管理。特别是肯尼亚在短短的二三十年内由一个非产茶国一跃成为产茶大国。一条主要的措施和经验就是肯尼亚有一个强有力的茶叶发展局。

## 6 结论和对策建议

### 6.1 基本结论

#### 6.1.1 总体状况分析

由前面的分析我们可以看出,我国茶叶产业的基本生产要素相对于某些茶叶主要出口国具有一定的资源优势,但中国的高级生产要素基本处于劣势;我国茶叶产业具有一定的文化资源、地理位置优势;还具有一定的品种资源、劳动力资源优势;中国茶叶国内市场需求还有较大的拓展空间,国外市场需求条件中,绿茶、乌龙茶有一定的开拓空间,但也要面对激烈的竞争;同时中国茶叶产业存在一定的竞争劣势:在市场占有率方面,我国茶叶生产和出口数量的国际市场占有率都略有提升,但同时出口额的国际市场占有率却略有下降,说明我国的茶叶出口均价进一步下降,贸易条件恶化。我国茶叶贸易竞争指数下降,相对出口优势指数在较低的基础上呈下降趋势,进一步削弱了我国茶叶产业国际竞争力。我国茶叶的质量指数较低,也成为制约我国茶叶产业国际竞争力提升的一大障碍。我国茶叶产业的生产经营者,组织化程度低,科技投入不足,在经营体制、观念和模式上有待创新,在管理技能、现代营销理念、营销方式和手段等方面也有很大差距,茶叶企业整体实力较弱;生产力水平、技术、人才资源的缺乏,政府配套政策及公共服务的欠缺,辅助产业的落后均成为制约我国茶叶产业发展的障碍。总体来说,我国茶叶产业国际竞争力近二十年来呈现下降趋势,必须通过各方面的共同努力改变这种不利格局。

#### 6.1.2 分品种分析

目前世界茶叶贸易量中,红茶占茶叶贸易的85%以上,而绿茶和乌龙茶等仅占10—15%。在国际茶叶市场上,我国绿茶和乌龙茶具有明显的竞争优势,但红茶缺少比较优势。我国是世界上唯一的乌龙茶生产出口国,国际绿茶市场也以中国绿茶为主,中国绿茶占世界绿茶市场的80%以上。但乌龙茶、绿茶国际市场面较狭窄,开拓市场,扩大出口难度较大。近年来,虽然世界绿茶消费量增长较快,我国绿茶出口国家和地区有90多个,但主销市场集中在北非和中亚地区。这些国家和地区经济发展水平较低,政治、经济、社会动荡,收汇率较低,潜在市场较大,但有效需求不足。20世纪90年代中后期,越南茶叶发展迅速,大量生产绿茶,印度、斯里兰卡、印度尼西亚等传统红茶生产国也部分改制绿茶,与中国争夺绿茶市场,因此国际绿茶市场竞争

日趋激烈。

由于气候、土壤、茶树品种和加工工艺等因素的影响，我国的红茶内质包括浓度、强度、鲜度均不如印度、肯尼亚、斯里兰卡等传统红茶生产国。中国的红茶产品在国际市场上仅属于中低档茶，平均卖价仅为上述国家的一半。近年来红茶的出口量有明显下降，估计很难在近期内会有明显增长。

## **6.2 提升我国茶叶产业国际竞争力的对策**

### **6.2.1 着力依靠科技进步、推行技术创新，提高我国茶叶的出口竞争力**

茶叶技术创新是指在茶树品种栽培选育、肥培管理、生产加工、销售过程中学习、引进、开发和利用新技术和新设备，从而产生经济效益的过程。除了茶叶产品创新、设备创新和工艺创新等硬技术方面的创新，茶叶技术创新也包含茶叶企业制度创新、管理创新等软技术方面的创新。依靠科技进步，提高我国茶叶出口竞争力主要措施有以下几个方面：一是发展茶树良种与工厂化育苗技术，组织实施茶树良种科技行动，充分利用我国丰富的茶树种质资源，以多元化的优质、高产、高机能成分为育种目标，大力发展常规育苗技术，加强现代生物技术育种研究与开发，大幅度提高育种水平，加快茶树良种的选育。二是提高栽培技术，组织开发不同区域、不同茶类的优质高效配套茶树栽培技术，建立适应不同生态区的茶叶生产技术模式。三是依靠科技进步发展无公害茶、有机茶以创造差别化产品和应对绿色贸易壁垒。发展无公害茶叶是一项系统工程，涉及茶叶生产、农药管理、环境监测、质量监测等环节。因而科技进步是关键。四是茶叶机械化加工和茶叶综合利用技术。对传统大宗茶叶加工技术进行技术改造，重点是规范加工设备和技术，提高制茶质量，提高机械化和自动化水平，提高制茶质量和效益；继续大力研究开发和推广名优茶机械化生产技术，促进名优茶机械化、标准化、规模化生产，使名优茶生产上规模、质量上档次；积极研制开发茶饮料、健康保健茶等生产技术，组织推广相配套的栽培技术，提高茶叶在整个饮料市场上的竞争力和市场份额；加大茶叶综合利用研究开发力度，加快茶叶综合利用产业发展，为茶叶产业发展培植新的增长点，开拓新的市场空间。五是运用现代信息技术改造传统茶叶产业，组织开发适合我国茶叶产业特点的茶叶信息平台，建立茶叶科技服务信息网络，实现市场、资源、技术、生产等信息共享，为政府决策、企业生产、市场开发、结构调整和技术推广服务。充分利用卫星定位系统、地理信息、遥感技术和信息管理等技术，提高茶叶生产资源管理和灾害监测、预报、预警能力。运用计算机人工

智能技术，组装配套茶叶生产和加工技术，加快实用技术的推广普及，提高茶叶生产的自动化、智能化水平。

### 6.2.2 发挥本国比较优势，依据不同茶叶类别，实施不同发展策略

——绿茶的发展策略。中国绿茶在国际贸易中占有绝对的竞争优势。在国内市场上，绿茶的生产和销售却处于较混乱的状态。要解决绿茶生产销售无序的状况，首先，应当由具有雄厚资金实力和行业管理能力的公司通过资本运营，利用收购或控股的方式，兼并一批在市场上有实力的绿茶生产销售企业，建立绿茶产、供、销一条龙的集团，统一制定生产标准和销售价格，降低生产和流通成本，提高绿茶的经营效益，同时也可以抵御入世后国外茶叶企业进入我国对绿茶产业的冲击。其次，利用我国茶叶多生长在偏远的山区和老区，环境条件好的特点，大力发展有机绿茶和名优特茶，引进国外的先进技术，生产茶叶终端产品，改进出口产品结构，增加经济效益。此外，我们应当采取差异性的营销策略，对市场进行细分后，为不同的市场制定不同的营销方案。对于传统的摩洛哥、西非市场，应当在巩固现有市场的基础上，生产多品种，多包装的产品，开发新的消费能力。对于新兴的日本市场，应当分析其市场的需求，研制开发绿茶饮料和绿茶提取物，以终端产品的形式进入日本市场，提高产品附加值。信奉伊斯兰教的国家由于多生活在沙漠地区，对茶叶的需求量很大，但由于中东战争的原因，对阿拉伯国家的茶叶出口长期处于一种停滞状态。我们应该在控制风险的前提下，适度开发这个市场，可以选择几家信誉良好的代理机构，将我国的绿茶打入到这个广阔的市场。

——红茶的发展策略。根据国际分工的理论，由于资源的稀缺，我国在红茶的竞争上存在着劣势，我国应保持目前的红茶市场，不应再重复建设低水平的红茶加工企业，应该把竞争的重点放在我国具有绝对优势的绿茶和乌龙茶生产上。原有的加工企业应在现有基础上加强技术力量，参与开发红茶的增值产品，如袋泡茶、速溶茶的生产，改变我国红茶产品初级、质量落后的形象。要增加我国红茶的特有品种如“祁门红茶”、“工夫红茶”等在国际市场上的推广，改变出品产品结构。同时，由于我国加入世贸组织后，国外的茶叶会涌入我国，而国外的茶叶主要集中在红茶上，他们为了抢占我国茶叶市场，必定会大力弘扬饮用红茶的理念，我国历史上没有饮用红茶的习惯，国内红茶内销几乎是一片空白，所以国内红茶生产企业可以利用这一大好时机，开发出适合国人饮用的红茶产品，进行市场细分，积极参与国内的竞争。

——乌龙茶发展策略。我国的乌龙茶市场是一个比较稳定并持续发展的市场。乌龙茶生产和销售企业是我国茶叶企业中效益最好的企业，这种情况的产生主要是由于乌龙茶的国内市场放开较晚，没有形成无序竞争的状况。我国应在乌龙茶饮料的开发水平上下功夫，生产出优质的产品用于出口，直接参与国际市场的竞争。在现行我国乌龙茶饮料制作技术不过关的情况下，应鼓励和引导与国外企业联合生产的经营方式，引进国外先进技术和生产线，利用原料优势和劳动力优势，建立和发展世界品牌产品的生产基地，从而提高茶叶产品附加值。

### **6.2.3 与国际接轨，建立健全茶叶质量安全体系，实施绿色品牌战略**

要冲破国际贸易中的贸易技术壁垒，必须提高茶叶的质量和安全性。依托资源优势，大力开发无公害、绿色食品和有机茶，通过提高茶叶的质量和安全性，来增强市场竞争力。同时，要尽快建立健全茶叶质量标准体系及质量检测和控制系统，加快对国际标准和国外先进标准的研究。结合我国国情，消化吸收和转化应用，促进我国茶叶质量标准逐步与国际先进标准和质量安全制度接轨。使茶叶的质量控制由传统的只重视“终端产品质检测”逐步过渡到“生产全过程质量动态控制”。

一个产品竞争的核心是品牌竞争、企业实力的竞争，而品牌的背后是质量、价格和服务等。因此，要提高我国茶叶产品的国际竞争力，就必须大力扶持“名牌产品”，加强品牌宣传，强化我国茶叶的品牌优势。目前，我国茶叶出口品类虽多，但是能在国际市场上叫得响的品牌却为数极少，要实现由价格竞争到品牌竞争的转变，必须努力打造名牌，加大品牌的经营力度。只有树立几个国际国内叫得响的品牌，实行统一质量标准、统一生产、统一销售来形成规模，才能拥有真正的竞争力。实现茶叶名牌战略，其前提是企业要有规模、实力，茶叶要高质量、有信誉。立顿、因宁成为世界名牌，就是靠这四大因素。我国茶叶出口品牌有“中茶”牌、“海堤”牌、“蝴蝶”牌等，虽然是多年形成的老的茶叶品牌，但在国际市场上的知名度却不高，严重制约了我国茶叶产业的发展。在具体操作上，要建立健全名牌营销网络，坚持发展名牌专营商。坚持有特色茶叶的开发，实现差别化经营。积极组织参加全国性或国际上大型茶叶博览会，既跟踪同行的动态，更为重要的是通过与名牌茶叶同台亮相，扩大知名度。走创造名牌、宣传名牌、保护名牌、发展名牌之路。

### **6.2.4 创新茶叶流通市场，实现茶叶流通体系的现代化**

当今，在全球化过程中农产品国际贸易和竞争，已经超越了生产、交换、分工和

贸易的传统阶段，使贸易和竞争的领域扩展到资源、技术、生产力、资本、市场、产业链和管理等多领域。流通的概念、内涵、技术、管理、组织方式、运行模式等都已经发生了根本性的变化，而且随着信息技术发展、物流管理变革和流通效率的提高，物流国际化、社会化、网络化、信息化和现代化特征将日益明显，生产与流通的界限也将越来越模糊。流通因素在国际贸易中的地位不断上升，已经成为农产品竞争力的重要决定因素。因此，当前我国茶叶产业要切实构建好三大市场，并发挥其各自功能，即引导产地市场，发挥其货源组织和采购功能；引导销地市场，发挥其销售与市场信息功能；引导中央交易市场，发挥茶叶全球交易及全球市场信息功能。把传统的茶叶经营从“以生产为中心”转变为“以市场为中心”，真正实现我国茶叶产业的全球化战略。

### **6.2.5 扶持和培育茶叶龙头企业，加大茶叶出口基地建设**

要在稳定家庭联产承包经营的基础上，不断完善统分结合的双层经营体制，充分发挥集体经营的组织服务功能，开展分户种植，联户加工，统一经营的联营方式，以龙头企业为核心，采取以市场牵龙头，龙头带基地，基地连农户的模式，进一步组建集产供销一条龙、贸工农技一体化的龙头企业来有效解决小生产与大市场的矛盾。使茶叶生产加工由常规化向无公害、绿色、有机茶转变；茶园耕作管理、采摘、制作由人工向半机械化和机械化转变；茶叶品牌向精品名牌规模化转变；茶叶销售市场由单一的国内市场向国内、国际两大市场转变。并通过政府支持、企业投资或积极引进外资来建立产供销一体化的茶叶出口基地，以基地化、规模化、龙头化为重点创新茶叶生产组织，培育和扶持全球化经营主体。

### **6.2.6 加强茶叶产业区域布局建设和市场营销**

茶叶具有较强的区域性、季节性和销售限时性，茶叶产业区域布局建设是茶叶产业化的基础，是提高茶叶产业国际竞争力的重要途径。通过加强区域布局建设，有利于实施规模化、企业化、机械化和较高程度的市场化，降低生产成本，扩大生产规模，提高市场竞争力。我国茶叶产业区域布局建设，要以市场为导向，充分发挥比较优势，加强基地建设，注重茶叶科技进步和科研转化，加强茶叶质量安全体系和市场服务体系建设，大力实施茶叶市场准入制度、产品质量追溯制度和产品原产地保护制度。重点抓好浙江、湖南、湖北、四川、安徽等省的优质绿茶基地布局建设，福建、广东的优质乌龙茶基地布局建设，云南、湖南的优质红茶基地布局建设。最终形成一批具有

国际竞争力的优势茶叶产业带区，建立一批规模较大、市场相对稳定的优势茶叶出口基地，培育一批有国际市场竞争力的全球经营主体和国际公认的知名茶叶品牌。

加强茶叶市场营销。市场营销包括渠道营销和消费营销两个层面。茶叶市场营销以消费营销为主，首先要加强区域市场、目标消费群的调研分析及信息反馈，深入分析消费者层次、茶叶消费程度、成长潜力、消费传统或倾向，把握市场走向和不同国家和地区的消费习惯及变化趋势，进行市场细分和产品定位，特别要针对茶叶主要进口发达国家和地区消费习惯的改变，保持茶叶产品的创新与延伸，从原料、加工工艺与设备、包装等方面入手不断推出新品，有针对性地确定促销推广方案，通过经济、实惠的品牌传播途径，如报刊的分类广告和软文广告、茶博会等，实施差异化营销创新，配置新颖、别致的宣传品、展品、POP等，倡导茶艺、茶道等的文化推广传播，达到“润物细无声”的品牌推介和促销效果。

### **6.2.7 发挥政府作用，调整和加强茶叶产业的国内支持政策**

目前，中国茶业国内支持措施明显不足，茶叶产业本身是一个弱质产业，自我积累和自我发展的能力很弱，茶叶产品的竞争力虽然以品质和价格的形式体现出来，但其影响因素却很广泛，如资源条件、宏观经济环境、相关政策、基础设施状况、技术水平、管理能力等诸多因素。现阶段，完全依靠自我积累和自我发展是不现实的，需要大量来自政府和非农产业的支持。尤其是要加大对茶叶产业科研、推广、病虫害防治、市场信息体系、基础设施建设等“绿箱政策”的支持力度，加强科研院所与茶叶生产单位的合作，增强科技创新能力，以新品种、新技术、先进设备来武装茶叶产业，以实现传统茶叶产业的技术升级。

发挥政府作用，调整和加强茶叶产业的国内支持政策关键是根据 WTO 的规则对国内的茶产业生产与贸易规则进行修订并在可能的范围内对茶产业进行扶持与保护。加入 WTO 意味着我国茶叶贸易与国际茶叶贸易体系的一体化，在这过程中我们必然会遇到国内茶叶贸易体系如何与国际茶叶贸易体系接轨的问题，这是提高我国茶叶竞争力所必须具备的制度条件。为此，我们要对照 WTO 的各项规则对我国的现行与茶叶有关的法律、贸易政策进行修订，以使其尽可能与国际规则相吻合，从而在国际贸易中避免不必要的争端。同时，WTO 的目标主要是消除阻碍自由贸易的关税与配额壁垒，而对技术性壁垒则不加限制，因此对茶叶贸易而言，各进口国为维护本国的最大利益必然要充分利用茶叶的“绿色壁垒”机制，在这种情况下，作为出口国政府就必须发挥

国家利益保护人的作用，引导并协助企业解决各种贸易争端。另外，WTO 的农业协议中的“绿箱政策”也为政府对茶产业进行合理的扶持提供了依据。具体来说，政府在这方面可以采取如下措施：一是通过各种渠道加大对茶叶生产基础设施之投入力度，扩大优质高效茶叶示范基地，以点带面，促进我国茶类产品之消费品质、安全品质和经济品质之全面提高，从产品质量和消费效用上来提升我国茶叶的市场竞争力打下坚实基础；二是通过政府的积极引导，加大茶叶科技开发的力度。针对当前茶叶企业普遍存在的经营规模小、资本积累能力弱的问题，政府可在 R&D 经费上给予适当支持，以鼓励企业积极开展自主知识产权开发，并逐步培育企业的“造血”功能，形成科技创新上的良性发展机制。三是强化产品质量的标准化。农产品的标准化是个难题，茶叶也不例外，但从发展眼光看，标准化将是我国农产品进入国外市场特别发达国家市场的通行证。为了积极有效地推进这项工作，政府应在财力、物力和人才资源上为相关企业和单位提供必要的支持。

以上对策建议是针对我国茶叶产业目前所存在的主要问题而提出的，其它方面的措施只要是能降低茶叶的成本，提升茶叶质量和有利于差别化产品的创造，也能提高我国茶叶产业国际竞争力。可以预见，随着各方面举措的实施，我国茶叶产业国际竞争力必定能够逐步提高。我国茶叶市场有两个，一个在国内，一个在国外，因此，一方面稳固国内市场，提升企业的竞争力，另一方面积极参与国际市场的竞争，我国茶叶的发展空间是巨大的。

## 附表

附表1 主要茶叶出口国出口量国际市场占有率 单位：吨、%

年 份	1980	1985	1990	1995	2000	2002
世界出口量	983790	1082643	1231032	1168384	1489206	1354514
斯里兰卡	18.78	18.25	17.60	15.24	19.27	21.45
肯尼亚	8.58	12.85	13.56	22.13	14.59	6.52
中 国	11.82	13.55	16.39	14.53	15.49	18.82
印 度	24.25	19.25	16.14	13.55	13.49	13.41
印 尼	7.54	8.32	9.04	6.78	7.09	7.40
越 南	0.91	0.96	1.31	1.61	3.73	5.52
英 国	2.47	3.05	2.94	2.84	1.51	2.21
马拉维	3.18	3.45	3.34	2.77	4.67	2.41
乌干达	0.06	0.11	0.39	0	1.77	2.24
坦桑尼亚	1.35	1.03	1.21	1.85	1.53	1.79
合 计	78.95	80.82	81.92	81.30	83.14	81.77

资料来源：联合国粮农组织数据库（经作者整理）

附表2 主要茶叶出口国出口额国际市场占有率 单位：千美元、%

年 份	1980	1985	1990	1995	2000	2002
世界出口额	2026352	2365562	2774906	2278305	2948056	2521182
斯里兰卡	18.37	18.64	17.80	16.20	23.17	25.82
肯尼亚	8.45	10.53	9.00	16.38	15.67	5.59
中 国	12.07	13.47	15.33	12.88	12.37	13.80
印 度	28.72	23.34	21.41	15.76	14.64	12.96
印 尼	5.56	6.30	6.52	3.85	3.80	4.10
越 南	0.43	0.53	0.89	0.83	2.36	3.25
英 国	7.38	7.73	8.82	8.90	5.46	7.61
马拉维	1.81	2.27	1.64	1.17	2.04	1.78
乌干达	0.02	0.42	0.13	0	1.26	1.24
坦桑尼亚	1.10	0.67	0.77	1.03	1.38	1.18
合 计	83.91	83.90	82.31	77.00	82.15	77.33

资料来源：国际粮农组织数据库（经作者整理）

附表3 世界主要茶叶出口国茶叶出口平均价格 单位：美元/吨

年份	1980年	1985年	1990年	1995年	2000年	2002年
肯尼亚	2027	1791	1663	1443	2126	1596
马拉维	1172	1441	1111	820	1416	1226
孟加拉国	1383	2250	1705	1242	1433	1174
斯里兰卡	2015	2231	2286	2073	2380	2241
坦桑尼亚	1675	1420	1439	1081	1789	1219
乌干达	612	833	749	—	1404	1030
印度	2440	2649	2999	2268	2149	1798
印尼	1518	1654	1631	1107	1062	1032
英国	6150	5538	6793	6118	7150	6421
越南	977	1202	1536	1011	1252	1096
中国	2102	2173	2142	1729	1579	1365
世界均价	2060	2185	2260	1950	1980	1861

资料来源：联合国粮农组织数据库（经作者整理）

## 参考文献

- [1] [美]迈克尔·波特. 竞争优势[M]. 华夏出版社 1997 年出版, P52-58.
- [2] [美]菲利普·科特勒. 国家营销[M]. 华夏出版社 2001 年出版, P216-252.
- [3] 陈家勤等. 当代国际贸易新理论[M]. 经济科学出版社 2000 年出版, P30-35.
- [4] 联合国粮农组织数据库网站 [www.fao.org](http://www.fao.org). 2004.10-2005.2
- [5] 乔鹏. 中国肉类产品国际竞争力研究[M]. 中国农业出版社 2002 年出版, P30-62.
- [6] 农业部. 中国农业发展报告(1999-2003) [M]. 中国农业出版社, 1999-2004
- [7] 裴长洪. 利用外资与产业竞争力[M]. 社会科学文献出版社, 1998, P220-234.
- [8] 吴照云等. 欠发达地区产业竞争力分析[M]. 经济管理出版社, 2001, P102-106.
- [9] 于永维. 加入世贸组织与提升农业竞争力[M]. 中国农业出版社, 2003, P58, 62, 132.
- [10] 汤卫东. 中国农产品竞争力研究[硕士学位论文]. 西南农业大学, 2002, P10.
- [11] 国家体改研究院等. 中国国际竞争力报告[M] (1999, 2001). 中国人民大学出版社
- [12] 万方学位论文. 加入 WTO 对我国茶叶生产和贸易的影响及应对措施. 中央财大 2002
- [13] 姜含春等. 试用“SWOT”法探讨我国茶叶国际市场竞争能力及其对策. 茶叶科学 2004, 24 (3)
- [14] 福建省茶叶竞争力调研课题组. 福建省茶叶竞争力分析及发展对策. 福建茶叶 2003(1), P2-5.
- [15] 刘年艳. 我国茶叶发展报告. 中茶网 [www.teanet.com](http://www.teanet.com), 2004
- [16] 刘年艳. 全球茶叶市场分析研究报告. 中茶网 [www.teanet.com](http://www.teanet.com), 2004
- [17] 刘年艳. 我国茶叶国内市场发展报告. 中茶网 [www.teanet.com](http://www.teanet.com), 2004
- [18] 李其林. 我国茶叶出口存在的问题及对策. 茶叶通讯[J], 2003(4), P35-38.
- [19] 吴敏文. “绿色壁垒”对我国农产品国际贸易的影响及对策. 农业质量标准 2004. 3
- [20] 中国食品土畜进出口商会茶叶分会秘书处. 2003 年我国茶叶出口简况. 广东茶叶 [J], 2004(2), P10.
- [21] 杨伟丽等. 略论世界茶叶产销形势的发展变化. 湖南农业大学学报[J], 2003(6), P43-45.
- [22] 廖万有. 论安徽茶叶如何由比较有时转向竞争优势. 茶叶通报, 2003(4), P148-150.
- [23] 徐永成. 世界茶叶经贸变化与特点. 我国茶叶[J], 2004(3), P4-6.
- [24] 金兴华. 我国茶叶出口国际竞争力的比较优势分析[J]. 茶叶 2003(4), P181-184.
- [25] 汤一等. 我国茶叶生产成本效益之比较分析. 茶叶[J], 2004(1), P46-49.
- [26] 姜爱芹. 影响我国茶叶国际竞争力的主要因素研究. 我国茶叶[J] 2003(2), P34-35.
- [27] 徐小义. 浙江茶叶产业国际竞争力分析[M]. 中国农业资源与区划[J], 2004(6), P30-34.
- [28] 张键等. 产业国际竞争力研究及对中国农业的影响. 证券时报 2004. 4. 30, P6
- [29] 粟本文等. 论中小茶叶企业发展对策与措施. 茶叶通报, 2004. 1
- [30] 李树源. 浅谈我国乌龙茶出口中存在的问题和对策. 蚕桑茶叶通讯[J], 2004(3), P31-33.
- [31] 张灵玲等. 我国茶叶的卫生质量现状与整治对策. 茶叶科学技术, 2004(1), P20-24.

- [32] 施兆鹏. 我国茶叶深加工的现状与潜力. 信阳农业高等专科学校学报, 2004(3), P1-3.
- [33] 苏祝成. 世界主要茶叶生产国市场运行组织模式比较及借鉴. 中国农村经济, 2001(8), P30-34.
- [34] 肖纯等. 五十年来国内外茶叶发展状况的比较. CNKI 全文数据库
- [35] 王忠锐等. 我国茶叶出口贸易的经济分析. 国际贸易问题[J], 2004(1), P28-32.
- [36] 廖万有. 试论提高我国茶叶国际竞争力的应对措施. 我国茶叶加工, 2004. 4
- [37] 高彩云. 面对绿色壁垒的我国茶叶出口贸易. 我国茶叶[J], 2003(3), P26-28.
- [38] 丁俊之. 世界茶叶统计资料选编(1-4辑). 我国茶叶加工, 2003. 2, P20-23.
- [39] 鲁明. 论中国茶饮市场与品牌打造. 饮食文化研究, 2004(2), P20-27.
- [40] Codex Alimentarius Commission (CSC). Agriculture in the WTO International Agriculture and Trade Report, [www.ers.usda.gov](http://www.ers.usda.gov). 2002, P58-64.
- [41] FAO. Tea Policy Development. Review of Basic Policies, [www.fao.org](http://www.fao.org). 2002
- [42] Jorge Niosi and Faucher. The State and International Trade. McGill-Queen's University Press, 1991, P100-112.
- [43] Michael E. Porter. Cluster and Economics of Competition. Harvard Business Review. 1998(11), P12.
- [44] Michael E. Porter. The Competitive Advantage of Nations. The Macmillan Press Ltd., London and Basingstoke, 1995, P16-20.
- [45] Peter H. Lindhert and Charles P. Kindleberger, International Economics, 7th ed Chapters 6 and 7, P240-368.
- [46] Fagerberg, Jan(1988), International Competitiveness. Economic Journal(June), P55-70.
- [47] James Rinehart. The Ideology of Competitiveness [ J ] .Monthly Review, 1995, (10)., P26-30.
- [48] Barrey, J. (1991): Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, Journal of Management, 17(1), P100-111..
- [49] Teece, D. J. and Shuen, A. (1997): Dynamic Capabilities and Strategic Management, Strategic Management Journal, 18(7). P46-48.
- [50] Gary Hamel, Doz Yves L. and C. K. Prahalad, Collaborate with Your Competitors-and Win, Harvard Business Review. 1989, 67 (1) , P120-152..
- [51] C. K. Prahalad, Gary Hamel, The Core Competence of the Corporation, Harvard Business Review, 1990, 68 (3) :100-115.
- [52] Gorton, M. and Davidova, S. (2001) . "The International Competitiveness of CEEC Agriculture", The World Economy, 24 (2): P185—200.
- [53] Gorton, M, Deaconescu, D, and Petrovici, D, "The international competitiveness

of Romanian Agriculture” <http://www.staff.ncl.ac.uk/matthew.gorton/ROMBOOK4.pdf>.

[54] Porter M. Japanese Companies Rarely Have Strategies [J]. Harvard Business Review, 1996, P74(6):63.

## 致 谢

在论文完成之际，首先感谢我尊敬的导师肖洪安副教授。整篇论文从选题、构思、修改的各个环节都凝结着导师的悉心指导和帮助。导师渊博的知识，极高的理论素养和严谨的治学态度使我在三年的学习中受益匪浅，导师淡泊名利的风范使学生敬佩不已。在此，学生谨向肖老师表示真诚的感谢。

衷心地感谢杨锦绣、高淑桃、贺安全、肖诗顺、曾维忠、任大廷、王燕、米华、张劲松等老师在论文写作中对论文提出了很好的修改建议，使论文更趋完善。

感谢 2002 级经管院研究生全体同学，与大家的相处使我终身难忘，特别感谢我的同窗好友张良、陈功、余卫东、雷权勇、许昆鹏等，是你们在三年的学习和生活中给予我许多的帮助和关怀。祝各位学业、事业有成。