



联合国
粮食及
农业组织

Food and Agriculture
Organization of the
United Nations

Organisation des Nations
Unies pour l'alimentation
et l'agriculture

Продовольственная и
сельскохозяйственная организация
Объединенных Наций

Organización de las
Naciones Unidas para la
Alimentación y la Agricultura

منظمة
الأمم المتحدة
للزراعة والأغذية

C

商品问题委员会

政府间茶叶小组

第二十四届会议

2022 年 2 月 23 日

2019 冠状病毒病及后疫情时代： 全球茶叶市场的新趋势

内容提要

尽管 2019 冠状病毒病（COVID-19）与疫情控制措施对茶叶市场，即茶叶生产和贸易的影响有限，但消费者偏好似乎发生了长期转变。随着收入提高，很多发展和新兴经济体的人均茶叶需求也在不断攀升。在较为成熟的市场中，茶叶消费有三个主要趋势：(i) 来自花草茶的竞争日益激烈；(ii) 传统茶叶市场的品种需求增加；(iii) 对可持续生产产品的需求增加。

与此同时，结构僵化及缺乏市场信息和透明度被视为阻碍因素，不利于茶产业有效应对传统和新兴茶叶市场的环境变化。

建议茶叶小组采取的行动

为把握新兴市场机遇并积极应对未来趋势，提请茶叶小组：

- 注意新兴和传统市场新兴的茶叶消费趋势。
- 讨论进一步协调国际力量进行茶叶整体性推广的可能范围。
- 就市场新趋势应对行动提供指导意见，包括数字化解决方案的作用。

对本文件实质性内容如有疑问，请联系：

市场及贸易司
政府间茶叶小组秘书处
电子邮箱：IGG-Tea@fao.org

I. 引言

1. 需采取行动增强茶叶部门可持续性来应对周期性价格下跌和市场长期下行趋势是一个反复出现的主题。茶叶是一种全球合作历史较为悠久的商品，生产国和消费国的公共和私营部门均参与其中。政府间茶叶小组上届会议指出，有必要审视茶叶市场新趋势的影响以及抓住新机遇所需采取的措施。为此，秘书处编写本文件（CCP:TE 22/CRS 3）简要概述 COVID-19 疫情对茶叶市场和贸易的影响，并研究全球茶叶消费的长期趋势。文件同时重点介绍了茶产业可以采取的对策¹。报告为政府间茶叶小组第二十四届会议编写，会议将于 2022 年 2 月 23 日线上召开。

2. 正如所有经济活动一样，茶叶市场和贸易也遭受了 COVID-19 疫情影响。尽管 2020 年农业粮食体系受到的整体影响通常仅限于短期供应链问题，但疫情仍通过各种渠道影响了农产品供给、需求、贸易和价格。

3. 除短期问题外，茶叶需求也在经历更深层更长期的变化。虽然很多新兴经济体和茶叶生产国的茶叶消费不断增长，但某些传统进口市场的人均茶叶消费量却一直在走下坡路。一些高收入市场还伴随着消费者偏好转变，消费者更加青睐生产方式更加可持续的茶叶，并且希望获得种类更为丰富的茶叶产品。

4. 文件下节以茶叶贸易和价格所受影响为重点概述了 COVID-19 对农产品贸易的影响，随后讨论了影响全球茶叶市场的长期消费需求趋势。再下一节重点强调了茶产业紧随市场动态需要关注的几个重点领域。

II. COVID-19 对茶叶市场和贸易的影响

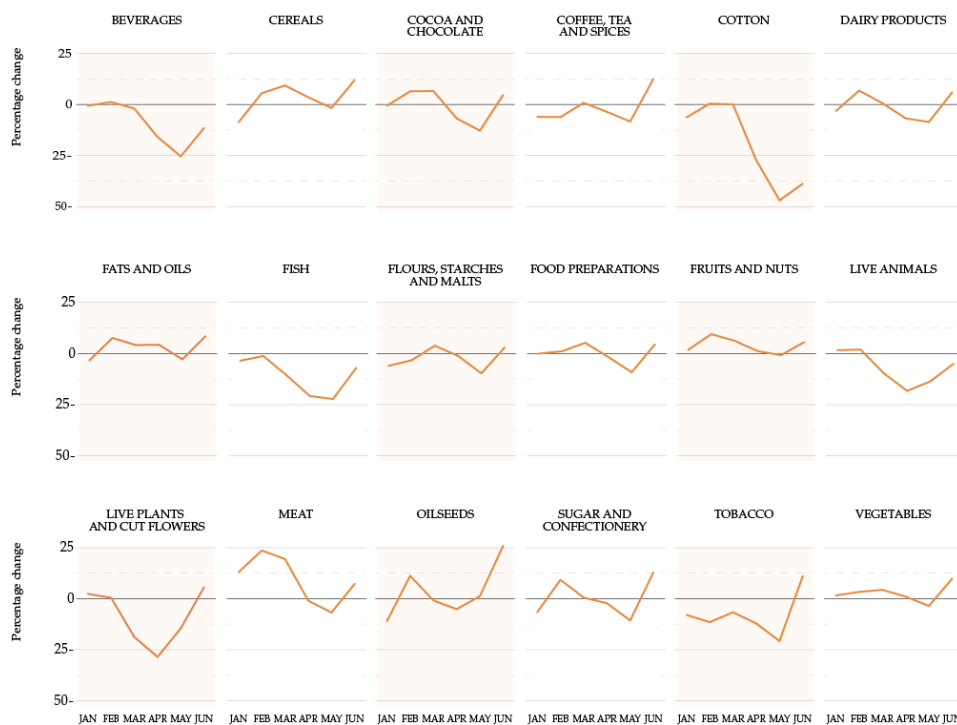
5. COVID-19 疫情波及人类生活的方方面面，并干扰农业粮食体系。疫情及各国政府采取的疫情控制措施影响了粮食供需两端，并且对粮食和农产品贸易模式产生明显短期影响，尤其是 2020 年上半年。

¹ 本文第 3、4 和 5 节基于 John Snell（茶产业专家）和 Shabnam Weber（加拿大茶叶和草药协会主席）提供的分析。

6. 到 2020 年 3 月底/4 月初，全球大多数国家均已采取各种形式的 COVID-19 防疫措施，包括停止商业活动、宵禁、检疫、社交距离规定和出行限制²。由于全球性往来限制，4 月份全球粮食和农产品进口量大跌（相比 2018/19 年均值下降 5%），5 月跌幅进一步扩大（10%）。2020 年 5 月中旬左右，多国政府开始放宽限制，经济活动至少在在一定程度上开始重启。2020 年 6 月全球贸易额出现反弹（相比 2018/19 年均值上涨 5%）³。

7. 尽管 2020 年 4 月和 5 月贸易总额及总量出现下跌，但不同产品之间差异显著（图 1）。例如，即使在 5 月贸易受影响最严重时，谷物、油籽、油脂等许多主要产品 and 主粮，以及水果、坚果和蔬菜等对健康膳食十分重要的食品的贸易额受影响也十分有限⁴。其他商品组大受影响，尤其是饮料、棉花和花卉等非粮商品以及鱼、肉和乳制品等动物源产品，诱因通常为产品需求下降。实际上，某些产品类别的影响因素是餐厅关停、旅游业下滑和社交聚会减少造成的消费模式转变。

图 1. 2020 年 1 至 6 月全球农产品和食品进口额相比 2018/19 年同月平均值的百分比变动（按商品组别）



来源：粮农组织。2021 年⁵

² Hale, T., Boby, T., Angrist, N., Cameron-Blake, E., Hallas, L., Kira, B., Majumdar, S.等。2020 年。COVID-19 政府应对措施一览，9.0 版。布拉瓦尼克政治学院工作文件。（另见 www.bsg.ox.ac.uk/covidtracker）

³ 粮农组织。2021 年。2020 年第一波 COVID-19 疫情期间的农业贸易和政策举措。罗马，粮农组织。

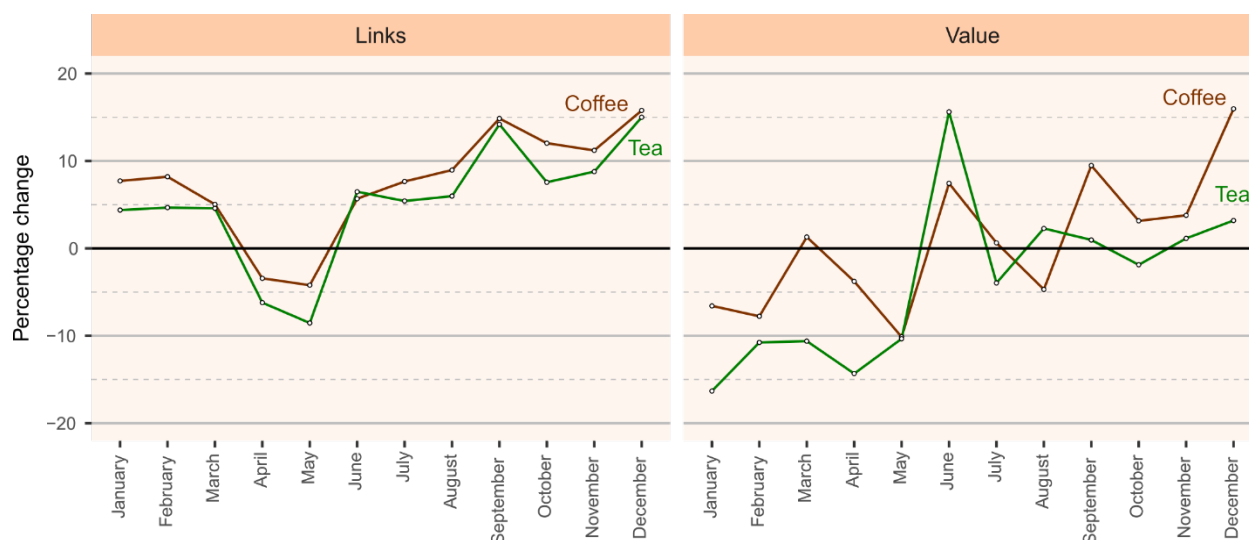
⁴ Schmidhuber, J. & Qiao, B. 2020a. 粮食进出口近期趋势：COVID-19 挑战。粮农组织。2020。粮食展望 - 全球粮食市场半年报：2020 年 11 月，17 - 23 页。罗马，粮农组织。<https://doi.org/10.4060/ca9692en>

⁵ 粮农组织。2021 年。2020 年第一波 COVID-19 疫情期间的农业贸易和政策举措。罗马，粮农组织。

8. 尽管 2020 年 5 月咖啡、茶叶和香料贸易曾短暂受阻，但该商品组几乎未受疫情影响（图 1）。深入研究全球贸易额发现，2020 年 1 至 5 月茶叶进口额低于 2018/19 年均值，6 月骤增，2020 年整个下半年基本稳定在疫情前水平（以 2018 和 2019 年相应月均水平为基础）（图 2，右）。

9. 贸易联系方面，即按类型（协调制度六位编码）和国家对统计的总贸易流量方面，咖啡和茶叶贸易的情况相似（图 2，左）。封锁最严时（2020 年 4 月和 5 月），贸易量急剧下降，随后回升，远高于 2018/19 年同期平均水平。

图 2. 2020 年茶叶和咖啡全球进口联系和进口额相比 2018/19 年同期均值的百分比变动（按商品组别）



来源：根据贸易数据监测（访问时间 2021 年 10 月）估算

10. 粮农组织茶叶综合价格是红茶加权平均价格指数，涵盖四大拍卖市场（蒙巴萨、科伦坡、加尔各答和科钦）的压碎、撕裂、揉卷红茶（CTC 红茶）和传统红茶。由于供应充足且多国采取措施控制 COVID-19 蔓延，2020 年第一季度该指数一度降至每公斤 2.28 美元。价格急剧下跌主要由 CTC 红茶报价带动。然而，由于茶叶“居家”消费增量超出“外出”消费减量，价格自 2020 年 4 月起回升至平均每公斤 2.60 美元。尽管 2020 年第一季度价格下跌，但 2020 年全年平均价格达到每公斤 2.52 美元，高于 2019 年，同比增长 4.2%⁶。

11. 除贸易和价格短期受影响外，茶叶部门在 COVID-19 疫情中似乎表现强韧。然而，茶叶消费国的市场环境变化对茶叶部门和需求的影响可能更为深远，茶叶行业需协调对策。以下各节将深入讨论这些问题。

⁶ 粮农组织。即将出版。原材料和热带产品中期前景。

III. COVID-19 后疫情时代：茶叶消费模式的变化

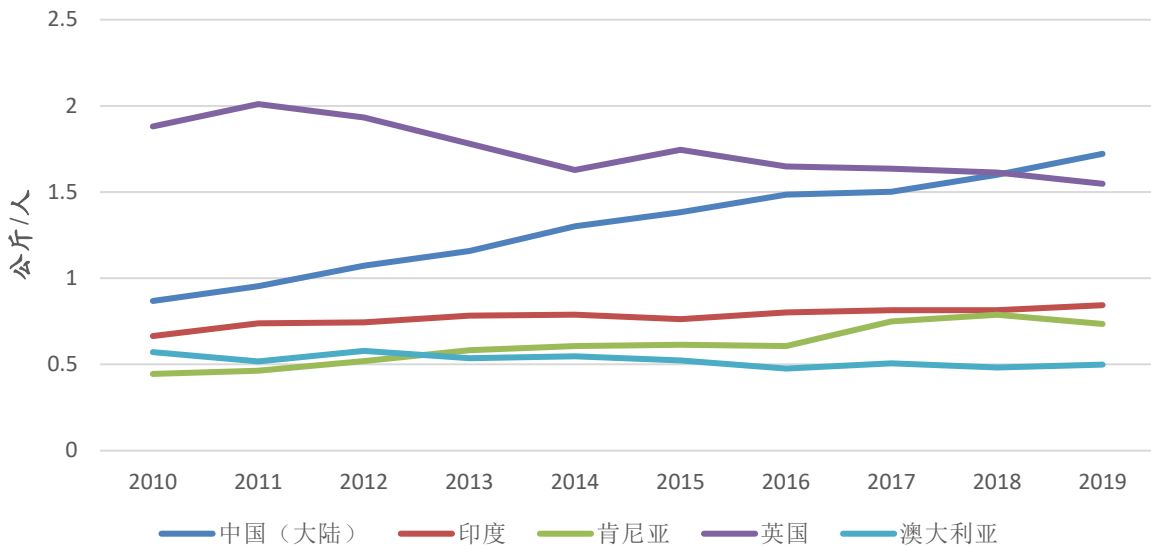
A. 茶叶消费演变

12. 过去十年（2010-2019 年），世界人均茶叶消费量平均年增速 3%，其中茶叶生产国扩张较为明显。

13. 随着很多发展中和新兴经济体人均收入增长，其人均茶叶消费量也是增长最快的，这一点与发展初期人均热量消耗随收入增长的趋势类似⁷。例如，2010 至 2019 年中国人均茶叶消费量增长强劲且稳定，印度和肯尼亚的人均茶叶消费量也呈现积极趋势（图 3）。然而，人均热量消耗通常在实现高收入水平后趋于平稳⁸。更为成熟的欧洲市场和其他发达国家的饮茶量下降，也反映出这一规律⁹。例如，2010 至 2019 年期间，英国等传统市场人均茶叶消费量出现下降（图 3）。

14. 高收入市场的消费者通常更偏爱种类更多样的食品，饮料需求也会多样化。这在欧洲和北美市场有所体现，两地人均茶叶消费量已经处在相对高位，仅有高价值特色茶的小众市场仍在增长。

图 3. 2010 至 2019 年特定国家人均茶叶消费量发展情况



来源：粮农组织

15. 然而，新兴经济体和发展中国家（包括茶叶生产区域）的人均茶叶消费量预计仍会出现强劲增长。例如，前五大茶叶生产国中红茶消费量增幅最大的预计

⁷ 粮农组织。2020 年。2020 年农产品市场状况。农业市场和可持续发展：全球价值链、小农和数字创新。罗马，粮农组织。164 页（另见 <https://doi.org/10.4060/cb0665en>）。

⁸ Popkin, B.M.2006 年。全球营养动态：世界正迅速转向与非传染性疾病存在关联的饮食。美国临床营养学杂志，84(2): 289-298。

⁹ 粮农组织。即将出版。原材料和热带产品中期前景。

将是中国，由于人们逐渐认识到饮茶有益健康，其红茶、普洱茶和黑茶十分受欢迎。未来十年，非洲和亚洲许多茶叶生产国同样有望实现强劲增长，例如乌干达（到 2029 年年均增长率 8.1%）、卢旺达（5.1%）、肯尼亚（4.3%）、马拉维（4.0%）、津巴布韦（3.8%）、孟加拉国（2.8%）、尼泊尔（2.4%）、印度（2.1%）、印度尼西亚（1.5%）和斯里兰卡（1.4%）¹⁰。

B. 茶叶需求的重要趋势

16. 收入较高且总需求量不再增长后，消费者越来越追求更加多样和更有特色的产品。这些偏好变化涉及影响茶叶市场的三大趋势，包括：(i) 来自花草茶的竞争日益激烈；(ii) 传统茶叶市场的品种需求增加；(iii) 对可持续生产产品的需求增加。以上趋势在下文进行简要讨论。

17. 由于来自花草茶的竞争日益激烈，某些国家的传统茶叶市场一直在萎缩。事实上，花草茶如今是销售额最高的茶叶，也是一些发达市场最具活力的成长部门。例如，美国零售市场上花草茶和路易波士茶/红茶录得高增长率，传统茶叶则呈现颓势¹¹。主要发达市场茶叶进口减少也反映出这一情况。

18. 传统茶叶中，多样化产品需求也明显上升。成熟市场上特色茶和可持续生产茶叶的需求正在攀升。例如，2017 至 2019 年，美国超市、药店和商店等传统市场的干茶销量下降，2016 至 2019 年特色茶销量继续增长¹²。实际上，自 2018 年以来，特色茶销售额已经超过传统（袋泡红茶）市场。美国的茶叶销量冠军是即饮茶。

19. 虽然特色茶运动能够通过高价创造更高收益，但也给生产者带来了挑战。随着形式变化，需求也随茶叶等级相应变化。特色茶（茶包或散茶）需要的茶叶颗粒通常比传统茶包更大。这对茶叶生产者来说更加复杂¹³。茶叶生产者的可持续性有赖于销售大小各种等级的茶叶。然而，2019 年在美国开展的一项调查显示，随着特色茶消费者的调味软饮料和冷饮消费增加，特色茶似乎风光不再¹⁴。

20. 未来茶产业必须积极应对这些趋势，才能在饮料消费整体上涨中分得一杯羹，并守住长期地位。例如，效仿咖啡营销，在茶叶营销中满足并充分利用对优质和区域性产品的需求、多种口味以及健康和养生趋势。即食冷饮趋势也导致萃取业务迅速增长。事实上，用于生产干茶固形物、浓缩物或挥发物的萃取设施也为质量稍低的产地提供了增值机会。

¹⁰ 粮农组织。即将出版。原材料和热带产品中期前景。

¹¹ 尼尔森全美和加拿大。2018 年。

¹² 美国茶叶协会提供信息。Inc.

¹³ 值得注意的是，其实所有等级都出自同一片茶叶，同日采摘，唯有氧化程度不同。质量与用途和消费者偏好有关，但本质上来看，各等级的化学性质完全相同。

¹⁴ Nielsen Homescan。2019 年。

21. 此外，越来越多的年轻消费者寻求生产方式符合道德及可持续标准的产品。例如，2019年在英国进行的调查表明，购买符合道德标准的茶叶对于25至34岁的人群尤为重要，而18至24岁人群最关注环境可持续性相关问题，比如环保、低塑和简约包装¹⁵。获得主要可持续发展计划认证一项以上的土地中，茶叶占比仅次于可可和咖啡¹⁶。据称联合利华2021年11月出售茶业务时，最终三家竞购者中有两家因为担忧某些茶园的工作条件而退出¹⁷。但应该注意，尽管可持续性认证产品需求不断增加，其全球市场份额总体仍然较小，并集中在高收入国家¹⁸。

IV. 茶产业面临的系统性挑战和潜在解决方案

22. 消费端出现了创新、多样化和高端化趋势，而从供给端来看，行业必须适应传统和新兴市场不断变化的市场环境。行业面临结构性变革挑战，而行业由小规模农场主导，无法灵活适应形势且面临其他供应链僵化问题。

23. 目前，全球60%左右的茶叶由小农生产¹⁹。茶农面临诸多挑战，无法轻松适应新的市场趋势。地块往往面积过小，不足以维持基本生活或投资新的经营方式。通常，产品只能出售给一个加工商；推广服务、机构支持和金融服务十分有限，有时完全不具备。此外，小农开展商业活动往往因财务知识匮乏、应用现代农作方式的能力低下以及雇佣非家庭成员劳动力渠道有限而受到限制。由于市场前景灰暗、不确定性较高，年轻一代似乎正在撤离茶叶部门，从而催生结构改革和兼并。

24. 加强农场层面合作或能克服小农茶园大量存在造成的结构性障碍。小农合作的成功案例之一是肯尼亚茶叶发展局管理下的60多万小农会员。该计划统一采购农业投入品，集中提供专门知识和种植材料，保障销路，供应链一体化，对国际场所需标准进行合作式培训和管理，并且受到所有主要可持续性认证和/或验证计划的认可，茶农尤其受益。

25. 小农面临的挑战反映出整个茶叶供应链面临的挑战。业内普遍关注的问题似乎是供应链结构僵化和缺乏透明度。两者均可阻碍供应链不同主体间的信息交换，且不利于行业积极应对市场环境变化。

¹⁵ The Grocer. 2019年。爱茶之人、性别分化与传统茶之爱。<https://www.thegrocer.co.uk/download?ac=169654>.

¹⁶ Meemken, E.-M., Barrett, C.B., Michelson, H.C., Qaim, M., Reardon, T. & Sellare, J. 2021.全球农产品供应链的可持续性标准。自然·食物,2(10): 758-765页。<https://doi.org/10.1038/s43016-021-00360-3>.

¹⁷ 金融时报。2021年。联合利华茶业务竞购者因茶园问题退出竞购。《金融时报》，2021年11月19日。2021年12月9日引用。<https://www.ft.com/content/5c7bbed1-c0ce-4767-a275-530b8ab9a1fc>

¹⁸ Meemken, E.-M., Barrett, C.B., Michelson, H.C., Qaim, M., Reardon, T. & Sellare, J. 2021.全球农产品供应链的可持续性标准。自然·食物, 2(10): 758-765页。<https://doi.org/10.1038/s43016-021-00360-3>.

¹⁹ 小农茶园通常是从面积（几公顷），及/或各种茶园经营方式（例如是否拥有加工设施）角度定义。确切定义取决于国情，并且因茶叶生产国而异。

26. 可通过若干方式改善供应链各个环节的信息流动。上游，即初级生产和收购环节，茶叶协会可以帮助收集、整合及分析数据，提供有针对性的市场分析和建议。例如，基于数字化解决方案的透明贸易平台被视为促进行业内部以及企业和消费者之间信息流动的利器。数字化解决方案还有助于克服各种可持续性标准方面的信息不对称。

27. 区块链等分布式账本技术是普遍用来提高透明度的数字化解决方案。通过分布式账本系统可以对茶叶从茶农直至销售给最终消费者的所有交易环节创建单一、完整且无法更改的记录。主要食品连锁企业已经采用或正在测试分布式账本技术来实现产品全供应链追溯。分布式账本技术的透明度和安全性更高，能够增强茶叶贸易中的信任。插文 1 列出了分布式账本技术在其他行业的成功应用案例。

28. 虽然分布式账本技术尚未在茶产业广泛应用，但行业利益相关方似乎已明确觉察到有必要推动茶叶贸易技术进步。价值链不同环节的多个实例表明，茶产业能够成功采用创新和技术。例如，已经使用高产无性系减少茶叶生产用地面积，自走式收割机能够将生产率提高 100 倍。茶叶加工中也广泛采用技术，节省了大量劳动力。

插文 1：分布式账本技术提高市场透明度案例

1) 企业对企业（B2B）透明度：很多零售商已采用分布式账本技术来管理具有挑战性的分散式食品供应链。例如，沃尔玛现在能够通过 Hyperledger Fabric（超级账本项目）的 IBM 区块链在数秒之内追踪来自五个供应商的 25 种以上不同食品²⁰。

2) 企业对消费者（B2C）透明度：越来越多的品牌分享其食品来源及产品生长、收获和生产条件。公共区块链解决方案的实例之一是 Provenance，任何公司都能通过包装上的智能码建立从源头到消费者的透明度²¹。

3) 企业-企业-消费者（B2B2C）透明度：消费者越来越愿意购买符合某些可持续性标准的优质食品。Yave 了解该情况后尝试在咖啡拍卖中使用分布式账本技术设定进入某些供应链的准入条件。分布式账本技术确保满足最低买方价格和生产者价格，从而创造出一种共生型供应关系，既满足消费者质量需求，又满足其看到生产者因此得到回报的愿望²²。

²⁰ Hyperledger。2019 年。沃尔玛如何通过 Hyperledger Fabric 为食品供应链带来前所未有的透明度。https://www.hyperledger.org/wp-content/uploads/2019/02/Hyperledger_CaseStudy_Walmart_Printable_V4.pdf.

²¹ Provenance。2021 年。<https://www.provenance.org/solutions>.

²² Yave。2018 年。<https://www.yave.io/>.

V. 结 语

29. 尽管 2019 冠状病毒病（COVID-19）与疫情控制措施对茶叶市场，即茶叶生产和贸易的影响有限，但消费者偏好似乎发生了长期转变。随着收入提高，很多发展中和新兴经济体的人均茶叶需求也在不断攀升。但在较为成熟的市场中，茶叶消费有三个主要趋势：(i) 来自花草茶的竞争日益激烈；(ii) 传统茶叶市场的品种需求增加；(iii) 对可持续生产产品的需求增加。

30. 与此同时，结构僵化及缺乏市场信息和透明度被视为阻碍因素，不利于茶产业有效应对传统和新兴茶叶市场的环境变化。为把握新兴市场机遇并积极应对未来趋势，提出三个主要行动领域供行业审议：

- 1) 投资开展市场营销，提高茶在消费者心目中的价值定位。制定统一的行业表述。茶叶小组不妨考虑是否可在其主导下进一步协调国际力量进行茶叶整体性推广。
- 2) 投资进行市场监测和研究，完善实证基础，并支持决策过程。
- 3) 创建透明且可验证的供应链机制，为茶产业所有主体建立信任并最大程度减少不确定性。数字化解决方案可在这一过程中发挥作用。