

專題報導

香港茶類消費市場報導

壹、前言

飲茶是香港人生活習慣之一，據統計，香港人平均每年消耗茶葉2.35公斤，居全球每人平均消耗的第5位。在80年代以前，經營茶葉者，多採中國的傳統做法，分潮州式及廣東式兩種。潮式售賣鐵觀音、烏龍及水仙等閩南青茶，廣式則以安徽六安、雲南普洱等為主。由於茶行專業性較強，外行人經營不多。在90年代以後，香港興起「品茶」風氣，部份品茗方法源自台灣，已出現一些教授「品茶」方法和售賣較高級茶葉的茶莊和茶藝社。

香港市場茶葉逾百種，主要約可分為6類，紅茶為全發酵茶，包括祁門紅茶、荔枝紅茶；綠茶為不發酵茶，包括龍井、碧螺春；青茶為半發酵茶，有大紅袍、鐵觀音、烏龍、水仙；白茶包括白毛銀針、牡丹、壽眉；花茶有香片；黑茶包括普洱和六安。由於香港居民以廣東人佔大多數，廣東人認為時常飲用普洱茶可養生保健，消除體內的肥膩和脂肪，故香港最暢銷的茶葉是普洱茶。近年來

香港市民飲用半發酵茶的烏龍、鐵觀音和水仙也很多，烏龍茶在半發酵茶被視為是高級茶，以大陸烏龍茶和台灣



香港的品茗風氣源自台灣

烏龍為主，品質以台灣烏龍較佳，售價亦較高，另無污染、有機的安全綠色茶葉已漸成為消費者青睞。

貳、進口現況簡析

香港茶葉以普洱茶最為暢銷，售價差距懸殊，從每斤2美元至數百美元1斤之陳年普洱不等；另外香片、龍井、鐵觀音、烏龍、水仙等亦很受香港消費者歡迎，其中以每斤15至20美元的中價貨銷量最好，約佔總銷售量的3至4成。烏龍茶的品質以台灣產的高山烏龍為最佳，極受香港高級茶消費者之鍾愛，台灣烏龍茶以每斤20至30美元的銷量較佳。由於近年台灣茶商將烏龍茶之生產及包裝技術引進大陸，大陸福建產烏龍茶之包裝與口味與我相近似，對我銷香港的烏龍茶已構成威脅。近年來茗茶者趨向年輕化，特別是重視健康養生的潮流興起，加上新派茶莊如茶藝樂園等不斷推廣飲茶文化，致香港中高檔茶葉的銷量增加。

據統計，2003年香港由於SARS疫症的影響，整體需求不振，進口茶葉



講究安全、健康的有機茶，漸受香港消費者青睞

數量減少，全年進口的總值2,982萬美元，較2002年減少了7.6%，包括不發酵茶的綠茶（每件包裝淨重不超過3公斤）進口總值為216萬5,000美元，相較2002年減少了20.0%，其中，台灣產品26萬3,070美元居第三位占12.1%；其他綠茶進口總值為463萬9,500美元，相較2002年減少了17.0%，其中，台灣產品23萬9,600美元居第三位占5.1%；紅茶和半發酵茶（每件包裝淨重不超過3公斤）進口總值為754萬7,700美元，相較2002年增加了5.6%，其中，台灣產品13萬美元居第七位占1.7%；其他紅茶和半發酵茶進口總值為1,547萬2,500美元，相較2002年減少了8.1%，其中，台灣產品12萬4,100美元居第四位占0.8%。香港進口茶葉沒有關稅亦沒有特別的檢驗規定。

參、銷售通路

過去香港銷行銷通路茶葉以茶莊、茶行為主，近年以茶軒、茶坊和茶藝樂園的新派銷售企業，藉著介紹中國茶、泡茶及茶的益處，以至陳列售賣宜興紫砂茶壺作為招徠生意的手法，頗受香港消費者的歡迎。由於喜歡飲茶者趨向年輕化，且年輕人的消費意願較高，故無論是新派茶軒、茶坊或傳統茶莊，著重包裝和高雅的飲茶器皿，以積極開拓年輕一代的客源。由於台灣烏龍茶處理技術進步，品質和包裝都極為上乘，宜走中至高檔路線，配合養生保健的潮流，在新派的茶軒、茶坊藉著教授「台式」泡茶的藝術，將有助於推展台灣產品。

超級市場是香港銷售食品的主要

通路，亦係中、低檔已包裝茶葉的主要通路之一。百佳超級市場和惠康超級市場在全香港、



香港受到台灣品茶風氣的影響，近年來高級茶葉行情看俏

九龍及新界共有逾400餘家超市，占有率達7成以上；華潤超級市場78家分店，大昌食品市場44家分店，吉之島8家分店，均為香港主要的銷售通路。因採購量大而議價能力亦較高，銷售價格雖較傳統市場更低，惟如能夠上架銷售，銷貨量將可以大幅提升。台灣烏龍茶屬於較為高檔次的產品，除了可在香港的茶莊、茶行、茶軒、茶坊和茶藝樂園等專業店鋪銷售外，亦可在崇光百貨超市、great和city' super等超市進行拓銷。

肆、拓銷建議

一、繼續舉辦「台灣美食節」：應在香港及鄰近地區繼續並擴大舉辦「台灣美食節」，為我茶類產品開拓更多商機。

二、參加香港貿易發展局舉辦之「美食博覽」：香港貿易發展局每年於8月中旬在香港會議展覽中心舉辦之「美食博覽」，吸引大量消費者和買主參觀。該局透露未來將擴大規模增加展覽廳，今(2004)年決定設立貿易展覽廳於展覽的首二日只供業內人士及買主參觀，以提高展覽的專業性，並廣邀香港、大陸和各地區之專業買主參加，舉辦多個產品介紹、說明會、洽

- 談會及商業配對服務，期能使到參展商將更容易找到代理商和買主，台灣茶類生產廠商正可透過參展的機會接觸買主拓展商機。

三、實施名茶名牌發展策略建立知名品牌：儘管台灣烏龍茶在品質和包裝上都極具特色，但至今沒有一家成為業界和市場普遍認同的知名品

牌，故建立知名品牌和質量等級國際標準，實施名茶名牌發展策略對拓展國際市場將有很大的幫助。例如台灣天仁集團於1993年赴大陸成立「天福茗茶」的品牌經營茶葉生意，目前該集團在大陸已開設近400家的連鎖店，成為大陸茶葉銷售知名品牌之一。
(香港台北貿易中心)



商情資訊

美商A.M. Beebe Company擬尋求罐頭食品供應商

該公司擬向我國採購各式罐頭食品及罐頭蔬果(Canned Food、Canned Fruit、Canned Vegetables)有興趣廠商請直接與其聯絡，聯絡資料如下：

聯絡人：President Mr. Robert “Bob” Beebe

電話：415-421-5362
傳真：415-781-0971,
電子郵件：bob@ambeebe.com
網址：<http://www.ambeebe.com/>
(貿協駐舊金山台灣貿易中心)



美商Saly Fancy House Co., Ltd擬尋求簡易沖泡型茶包及茶粉

美商Saly Fancy House Co., Ltd擬向我國採購茶包及茶粉，請有興趣廠商逕洽，聯絡資料如下：

聯絡人：Mona Huang
電子郵件：shellfan@ms23.hinet.net
(台灣經貿網)



外銷新聞

生鮮禽肉復銷日本 家禽產業再創新機

行政院農業委員會宣布，在睽違8個月之久，台灣生鮮禽肉再度登上日本市場，分別有3.8公噸雞肉及10公噸鴨肉於本月6日獲日本檢驗單位放行，我國家禽產品重現商機。

農委會指出，我國低病原性家禽流行性感疫情經妥善處理及有效防範後，最後一例於本(93)年3月9日檢出並經撲殺清場，至今無新病例發生。

世界動物衛生組織(OIE)於4月23日刊登我國發生低病原性家禽流行性感胃之結案報告，日本復於8月30日宣布解除我禽鳥類動物及禽肉產品之輸入禁令。

據統計，已有9批生鮮雞肉及鴨肉產品申請



我國生鮮禽肉復銷日本，可望再創外銷佳績