

# 公道筹人

——公平贸易茶企业组中期汇报

# 从公道杯的故事说起

.....



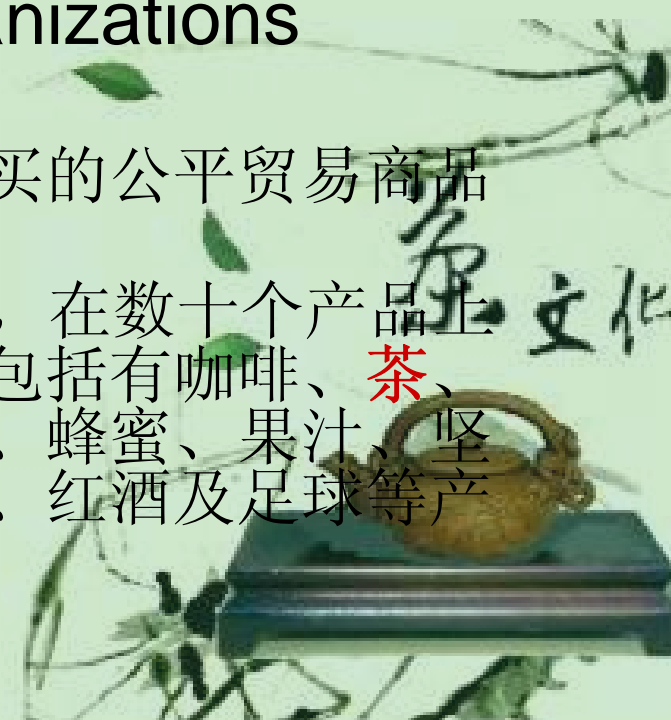
# 究竟有多么不均衡？

- 咖啡：消费者27元/杯，120杯/千克
  - 咖啡店 \$ 3240
  - 烘焙商 \$ 205
  - 欧美入口商 \$ 13
  - 出口商 \$ 4.0
  - 磨坊 \$ 2.0
  - 收购商 \$ 1.5
  - 非洲农民 \$ 1.1



# 公平贸易

- 公平贸易（**Fair trade**）Vs. 自由贸易(**free trade**)
  - 一种可持续发展及减轻贫穷的策略，目的是为经济上弱势或在传统贸易系统中被边缘化的生产者创造机会。
- FLO（Fairtrade Labelling Organizations International），
  - 角色：为消费者鉴定并确保其所购买的公平贸易商品是符合程序的。
  - 现今，有超过16个FLO的认证会员，在数十个产品上使用这个国际公平贸易认证标签，包括有咖啡、茶、米、香蕉、芒果、可可、棉花、糖、蜂蜜、果汁、坚果、新鲜水果、奎宁、药草、香料、红酒及足球等产



# 公平贸易产品 销量

- 在2005年，全球销售量约**11亿英镑**，每年约以**37%**的速度成长。

Sales volumes of Fairtrade Tea (in Metric Tonnes)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Austria	7	8	8	8	10	14
Belgium		1	2	4	5	20
Canada	2	4	6	7	14	20
Denmark	28	22	7	11	9	6
Finland	4	5	5	7	8	11
France	12	31	52	109	181	279
Germany	169	155	157	155	155	163
UK	651	806	1.089	1.421	1.854	2.839
Ireland	1	1	11	37	53	90
Italy	38	42	10	9	10	8
Japan	12	8	9	10	7	11
Luxemburg	1	1	1	1	1	1
Netherlands	77	67	60	57	59	57
Norway	1	2	3	3	4	5
Sweden	15	17	14	12	12	18
Switzerland	41	42	37	35	35	33
USA	25	55	52	79	188	286
Australia/New Zealand					9	24
Spain						2
<b>TOTAL</b>	<b>1.085</b>	<b>1.266</b>	<b>1.523</b>	<b>1.965</b>	<b>2.614</b>	<b>3.887</b>

# 公平贸易对于生产者的保护成效



尔文化

- University of Sussex 贫穷研究机构里的 Lorain Ronchi, Colorado State University 公平贸易研究团体, 法国非政府组织 Agronomes et Vétérinaires sans frontières 分别对咖啡公平贸易进行个案或者综合研究, 认为公平贸易的认证咖啡价格有正面的影响, 并达到改善小生产者的收入、生活品质, 以及健全地方组织之目的。

# 公平贸易对于生产者的保护成效

- 江西婺源大鄣山、溪头有机茶农协会在通过 FLO 认证后，茶农产茶收入由3000元/人/年增长至5000元/人/年
- 五龙山茶农协会自发得进行FLO认证



# 问题与商机

- FLO人员较少，并无在中国设立办事处
- FLO认证程序复杂，依靠农户以及小散茶叶公司无专业人员指导较难完成认证



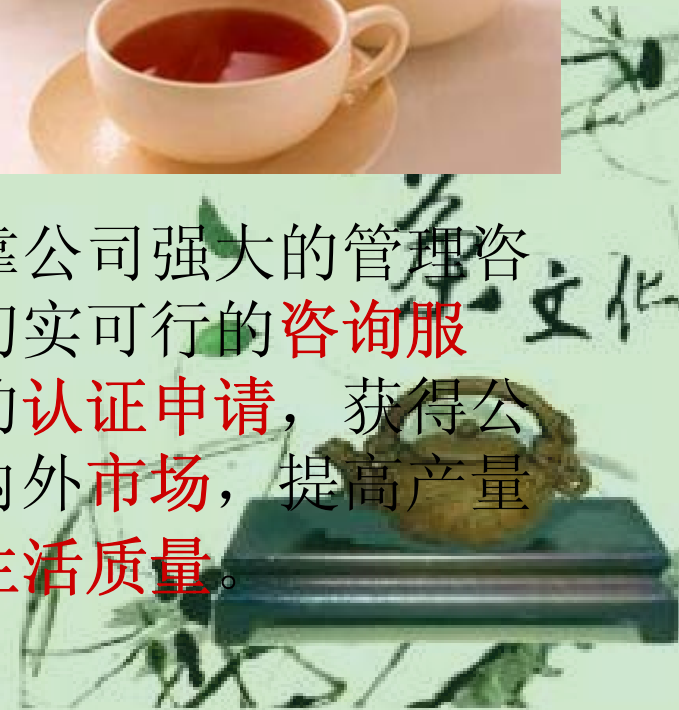


# 公司的愿景和使命

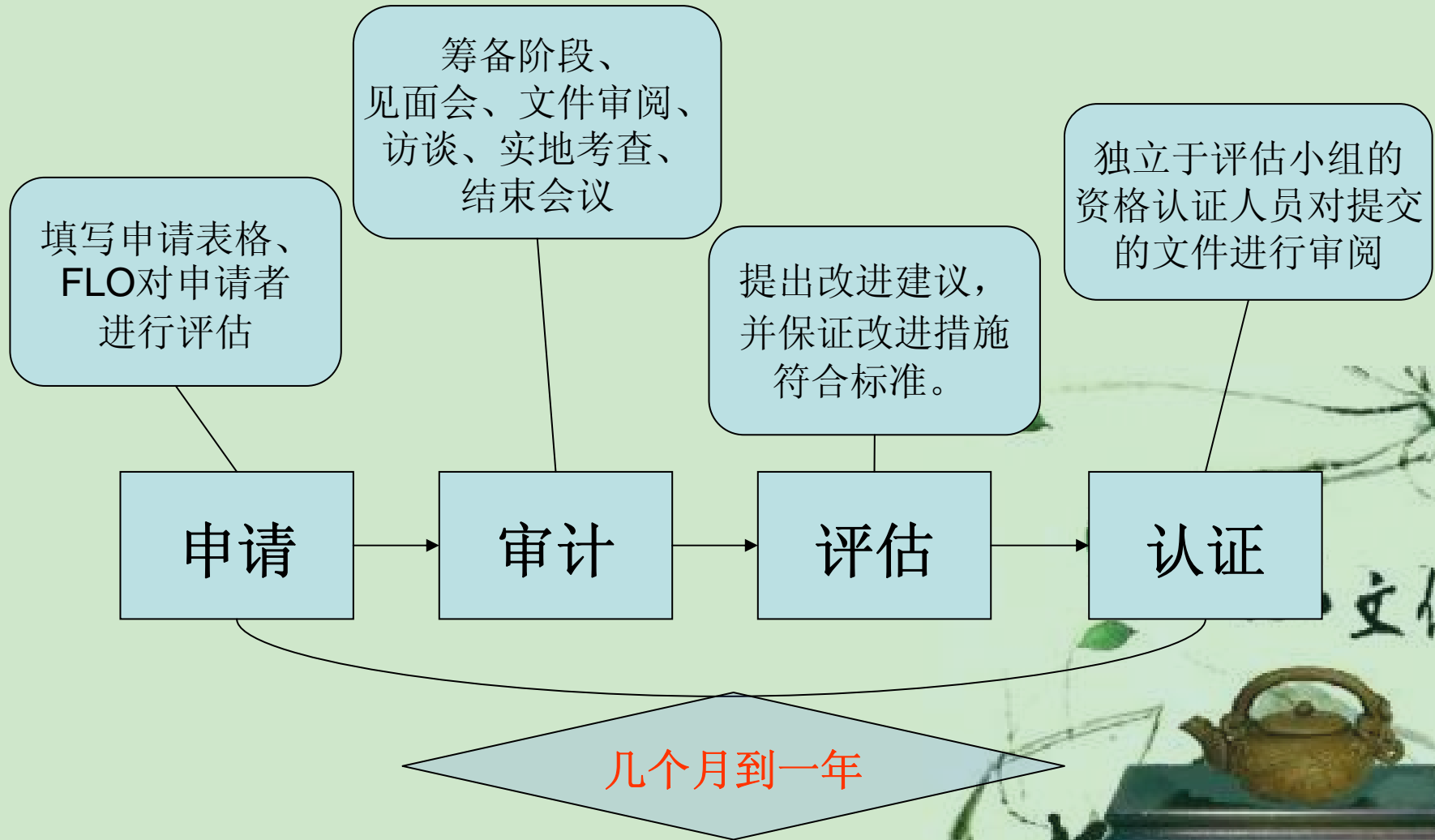
- 成为一只公道杯.....



- 本公司立足于中国茶农及生产商，依靠公司强大的管理咨询队伍和技术力量，提供最完善的、切实可行的**咨询服务**，帮助茶农通过**公平贸易标签**组织的**认证申请**，获得公平贸易标签，从而为其**开拓**广阔的国内外**市场**，提高产量和销量，**增加茶农收入，改善他们的生活质量。**



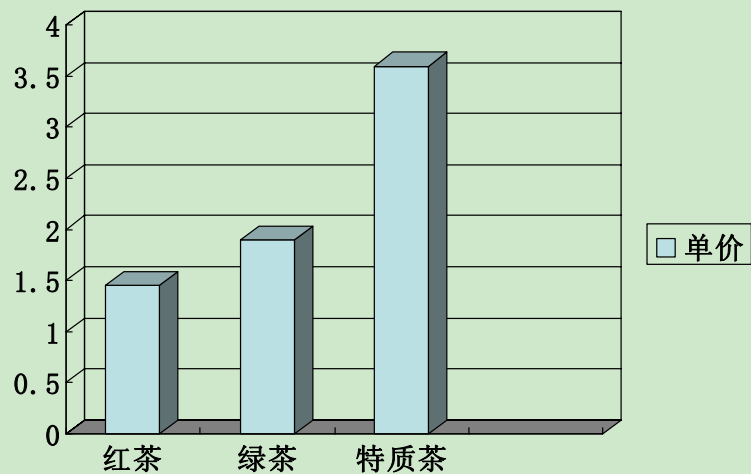
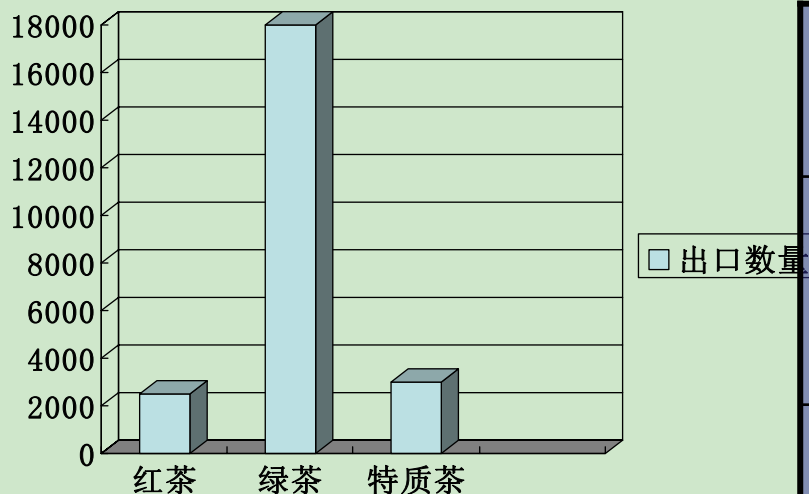
# Flo标签认证流程



文化



# 茶叶出口市场分析

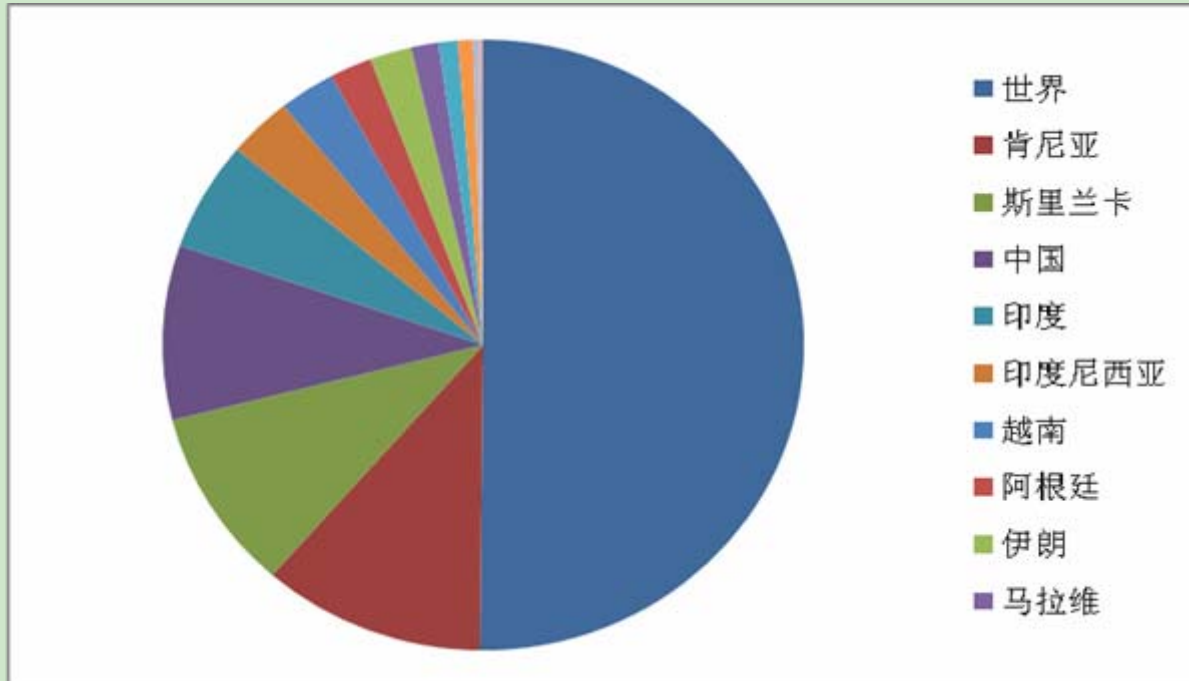


	红茶	绿茶	特质茶
数量 (吨)	1400-3500	15000-24000	2000-3600
单价 (美元/千克)	1.1-1.95	1.65-2.1	2.8-4.2

2006年2月-2008年1月茶叶月出口  
来源：中国食品土畜进出口商会



# 世界茶叶市场



2005年世界主要国家茶叶  
出口量统计



# 茶叶出口瓶颈

- 文化差异

西方国家消费以多数是红茶为主，且偏好袋泡茶。对于茶叶品质与国内的要求不同，也难以体现茶文化的内涵。近年来，因对绿茶健康功效的宣传，使得绿茶进口量也与日俱增，但是相对较缓慢。于此同时，对于经营者来说，销往国外的也多为中低档茶叶。

- 市场运作不完善

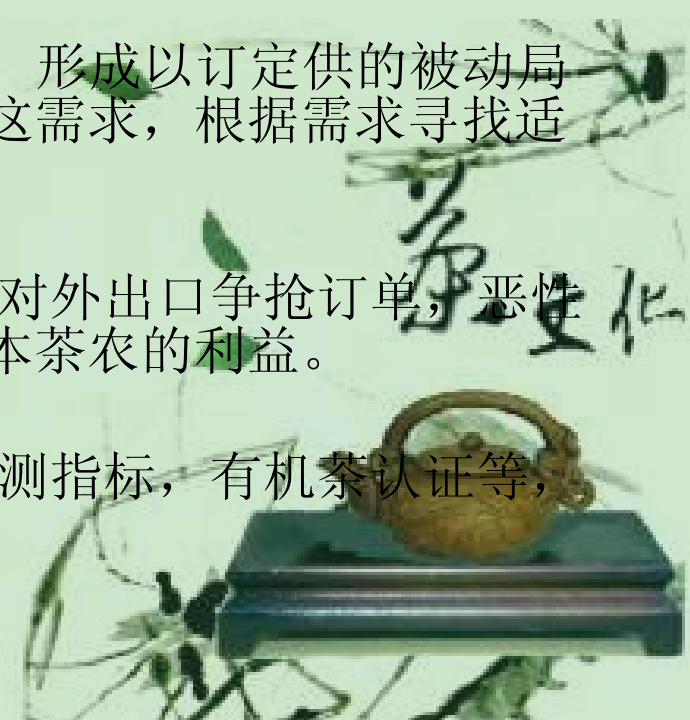
多数出口茶叶是通过国外茶叶下订单的形式，形成以订定供的被动局面。中国茶商很难进入国外，了解国外消费这需求，根据需求寻找适合自己的商机。

- 茶商之间缺乏合作

国内茶商企业之间缺乏技术与产品的合作。对外出口争抢订单，恶性竞争，相互压价，拆台，最后总是损害最基本茶农的利益。

- 国际绿色壁垒

发达国家通过食品安全，农药及细菌残留检测指标，有机茶认证等，限制了我国农产品的出口。**有机茶的悖论？**



# 战略目标

- 以公平贸易为原则，增加茶农收入，改善茶农的生活质量和工作环境
- 以保护环境为基础，发展生态产业，保持茶叶生产和环境可持续发展
- 以有机茶叶为载体，宣传民族文化，推广中国茶文化及民族优良传统



# 下一步的工作

- 进一步的市场分析、瓶颈，细化营销策略
- 以明涛贵州凤岗有机茶为对象进行认证实战
- 与NGO组的联手，公平贸易概念的国内推广，茶文化的世界性推广



# 业务拓展和远景规划

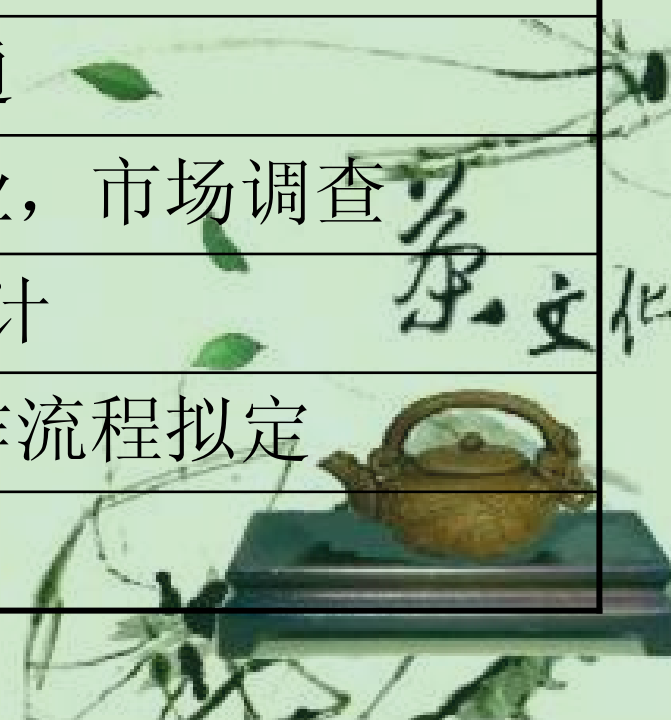
- 非茶类的产品的flo认证
- 公平茶品牌的建立





# 小组成员及分工

	任务
傅蓉	市场调查、茶叶市场分析
谢旭轩	总协调、市场调查
黄德生	<b>FLO</b> 背景的分析，各沟通
刘恽宁	国内已通过 <b>FLO</b> 认证企业，市场调查
李立	沟通港台 <b>NGO</b> ， logo设计
赖华夏	与 <b>FLO</b> 的沟通，认证工作流程拟定
朱蓉	营销和财务分析



# 小组讨论

