
湖北恩施富硒茶品牌建设研究^{*1}

张亮

(武汉设计工程学院, 湖北 武汉 430205)

【摘要】: 随着国际市场茶叶需求量的稳步增长、国内绿色消费观念的逐步形成, 未来我国茶叶市场将会保持快速的发展。针对恩施富硒茶叶在品牌建设上相对滞后的问题进行分析, 提出建设性的意见。

【关键词】: 富硒茶; 品牌; 建议

【中图分类号】: F327

【文献标识码】: A

恩施土家族苗族自治州, 位于湖北省西南部, 气候温和, 冬少严寒, 夏无酷暑, 雨量充沛, 气候条件非常适合茶叶的种植。现如今恩施是湖北省重要的产茶基地之一, 种植品种丰富、茶品特色鲜明, 同时恩施茶叶也是传统六大支出产业之一, 为当地的经济发展和农民收入的提高作出了巨大的贡献。

1 恩施富硒茶现状

1.1 富硒茶简介

恩施富硒茶是湖北十大名茶之一。恩施已探明的硒矿储量世界第一, 拥有“世界硒都”之称, 丰富的矿藏让土壤硒含量丰富。恩施茶区茶叶的硒平均含量为贫硒茶区含量的 8 倍, 我们通常把恩施茶区产的茶叶都统称为富硒茶。

联合国卫生组织在 1996 年宣布硒是人和动物生命中不可缺少的微量元素并且人体不能自身合成。硒元素具有增强免疫力、抗癌防癌、延缓衰老等功效。中国人普遍存在硒摄入不足及不均衡, 我国 22 个省市约 2/3 的地区缺硒。天然食品中的硒含量一般都较低, 仅靠天然食品来补充硒不能满足人体对硒的需求, 长期饮用富硒茶, 是人体补充有机硒的最佳途径之一。

1.2 茶叶产业稳健发展

伴随着恩施经济不断发展, 茶叶产业近年来一直保持稳健的发展步伐, 根据恩施统计局 2010 ~ 2015 年统计年鉴显示: 恩施自治州产业 10 ~ 15 年茶叶产值的平均增长率为 21.3%, 产品的平均增长率为 12.6%, 种植面积的平均增长率为 9.9%, 均保持着良好的增长势头。

¹ 收稿日期: 2017-03-30

作者简介: 张亮 (1979-), 男, 湖北孝感人, 讲师, 硕士, 研究方向: 绿色农产品营销、循环经济。

表 1 恩施自治州 2010～2015 年茶叶产业情况

年份	茶叶产值 (亿元)		茶叶产量 (万 t)		种植面积 (万 hm ²)		采摘面积 (万 hm ²)	
	总值	增长率	总量	增长率	总面积	增长率	总面积	增长率
2015	28.04	13.0%	8.33	10.6%	9.11	13.9%	6.71	10.7%
2014	24.82	19.3%	7.53	16.9%	8.00	8.7%	6.06	9.4%
2013	20.81	33.6%	6.44	5.9%	7.36	2.4%	5.54	5.1%
2012	15.58	20.5%	6.08	14.9%	7.19	14.1%	5.27	16.8%
2011	12.92	20.0%	5.29	14.8%	6.30	10.5%	4.51	7.9%
2010	10.77	--	4.61	--	5.70	--	4.18	--

数据来源：恩施统计局

1.3 品牌建设初显成效

随着近来当地政府支持和企业的投入，恩施富硒茶品牌建设初显成效。了解、认可恩施富硒茶的消费者越来越多，恩施茶叶的影响力也在不断扩大。2015 年恩施茶叶有 5 个品牌入围农业部《2015 年全国名特优农产品目录》，其中恩施玉露与恩施富硒茶两大品牌价值超过 7 亿元。

2 恩施茶叶品牌存在的主要问题

现在恩施的茶叶种植面积、总产量位居湖北省首位，并且保持良好的增长势头。但是在茶叶产业快速发展的过程中，也出现不少问题有待解决，主要表现在“三多三少”。

2.1 商标多品牌少

据统计，茶叶产区在恩施的茶叶注册商标近 100 个，品牌呈现“多、杂、滥”的特点。恩施的各个茶叶企业在有限的市场份额内进行着激烈的斗争，且在宣传上投入不多，缺少宣传的手段，以至于恩施在全国可以占据很高地位的精品茶叶品牌很少。如 2015 年恩施玉露与恩施富硒茶这两个名牌的市场价值也只有 7 亿左右，同时期西湖龙井的品牌价值高达 60 亿元，全国十大品牌中最低的也有 30 亿。缺少在国内外市场占据一定市场份额、具有一定影响力的知名大品牌。

2.2 企业多龙头少

茶叶产业一直是恩施自治州六大支柱产业之一，全自治州有 1600 多家大小茶叶加工企业，但是大规模企业的数量不足 2%，年产值过亿元的企业更是凤毛麟角。恩施茶叶企业呈现出数量多、规模小、带动能力弱的特点，而且企业间相互独立、各自为政，缺乏品牌凝聚力。另外在恩施茶叶企业中，有三分之一的企业存在着厂房年久失修、设备老化落后、生产效率低的情况，有些地方仍然是家庭式的小作坊进行茶叶生产，厂房和设备简陋，加工环境差，产品质量难以保证，使得恩施茶叶难以在质量上提高档次，在加工水平上不能有所突破，难以打入国际大市场。

2.3 产量多利润少

恩施茶叶产量已经连续几年位居全省第一，而产值却没有很大的优势，说明恩施茶叶整体利润率比较低，大部分茶叶的销售都只是进行了简单初级的加工，甚至有一些外地企业对恩施茶叶进行再生产再销售，产品的附加价值普遍比较低。任何产品想要获得更高的利润，品牌是极其重要性，它是商品产生高溢价的重要来源。恩施的茶企要想获得更高的利润，提高产品品质

和品牌影响力是唯一的方法。

3 恩施富硒茶品牌建设对策建议

3.1 坚持以品牌化为核心

3.1.1 整合品牌资源。近年来，恩施对茶叶品牌进行整合，恩施玉露被推选为湖北省十大名茶，之后又被农业部推荐为中国名牌农产品，填补了恩施无名茶的空白，取得了历史性的突破。今后，政府应该与市场相结合，整合现有茶叶品牌资源，重点打造恩施富硒茶、恩施玉露等知名品牌，改变恩施茶叶品牌多、乱、杂的现状。支持一个大地区形成一个优势品牌，统一质量标准、统一包装规格、统一对外宣传，形成规模优势和品牌效应，把恩施茶叶产业化经营提升到一个新的水平。

3.1.2 重视产品质量。在茶叶品牌建设过程中，可以在全州范围内统一茶叶采摘、加工、包装、技术要求的标准，生产出符合各项标准的优质茶叶。与此同时，要加强对茶叶种植、加工、销售等方面的创新，与时俱进地开发高质量的新品种，打造具有自身特色的产品体系。将对茶叶生产工艺上技术创新和自身品牌特有的技术结合起来，打造具有品牌特色的独特个性产品，才能更好地满足消费者对产品日益变化的消费需求，确保品牌在市场竞争中保持旺盛的生命力。

3.1.3 做好服务环节。茶叶企业在茶叶生产、流通、销售等环节中，都要对不同的经营主体给予适时恰当的服务。比如在茶叶的生产过程中，为了提高茶农的生产积极性，对茶农给予种苗补贴，对他们提供专业的技术指导，做好对茶农的信息服务工作。生产者提供服务的好坏体现了他们对消费者的责任感，对品牌的口碑造成直接的影响。建立完善的服务体系，一方面是为了直接对消费者进行服务；另一方面也打造了自身品牌特有的个性。优质服务是生产者在品牌建设中取得成功的重要保障。

3.2 发展龙头企业

3.2.1 壮大龙头企业。龙头企业是茶叶产业品牌建设力量中的中流砥柱，通过对产权制度、组织制度、管理制度三个方面的创新来发展壮大龙头企业，培植信誉良好、竞争力强和号召力强的茶叶龙头企业。利用联合、重组、贴牌等方式整合茶叶生产企业，明确产权关系，实现资本和资源的优化配置。在不同的茶区，选择不同的具有代表性的茶叶品牌进行大力发展，实行统一的标准，贴牌生产，促进该地区茶叶第一品牌快速扩张。3.2.2 扶持出口型、加工型龙头企业。在茶叶产业的发展过程中，既要积极扶持本地区茶叶出口型加工企业，同时也要利用招商引资的方式把外地的优势茶叶企业引进来，形成优势互补，为恩施茶叶产业的发展增添新的活力。另外也要加大对加工型龙头企业的扶持力度，恩施自治州政府要制定一系列优惠政策，对龙头企业在贷款、税收等方面放宽政策，对效益好的龙头企业给以奖励等各种激励政策。要让企业在激烈的市场竞争中具有一定的竞争优势。

3.3 创建茶叶销售体系

3.3.1 培育专业的茶叶市场。一个强有力品牌成长的前提是要被广大消费者市场所接纳。要加强产业品牌建设，必须培育专业化的茶叶市场。目前湖北已经建立了中南第一茶市、汉口茶市、宜昌三峡国际旅游茶城等中心市场。但是相比而言，恩施的茶叶市场规模要小得很多，也欠缺知名度，不能很好地对全省茶叶进行销售辐射，带动力有待加强。因此，要鼓励各种社会资本积极参与到产销市场的建设中来，为恩施茶叶企业发展和品牌的壮大构建良好的平台。

3.3.2 构建完善销售网络。通过对终端市场销售网络实施渗透战略，实现对整个市场的覆盖。政府应该对茶叶企业给予政策以及资金上的支持，鼓励大型茶叶企业去建设品牌专卖店、连锁店或授权售卖窗口。在终端销售模式中要形成传统模式与新型模式（如网络销售）相结合，逐步形成较为完善的产品销售体系。同时要培养出一批营销理念新、业务能力强、综合素质高的职业化营销队伍，才能为产品市场的开辟和品牌的壮大提供坚实的队伍保障。

3.4 加强品牌宣传

3.4.1 彰显产品特色。恩施茶叶最大的特点就是富硒，随着我国城镇居民收入水平的不断提高，绿色消费、健康消费已经成为未来的发展趋势，而富硒茶凭借其得天独厚的产品优势，一定会受到越来越多人的关注与认可，因此我们要积极普及硒的重要性，宣传富硒茶特色。

3.4.2 注重宣传方式。品牌宣传是企业以品牌形象宣传为主，把树立品牌知名度作为目的，将自身产品的名称、商标、图案等通过广告等方式在消费者中进行推广，提高品牌知名度。好的宣传往往能够取得事半功倍的效果。因此企业在对品牌进行建设的过程中，应加大对恩施茶叶的宣传和推广力度，提高恩施茶叶品牌在市场中的影响力，通过各种展销会、农博会等方式对茶叶进行品牌发布展销，举办各种各样的品茶促销活动。也可以利用本省举办的各种大型活动进行品牌推广，积极利用媒体平台进行宣传如网络推广、电视推广、报纸书刊等各种媒介推广，对品牌进行大肆宣传，全方位多角度地把品牌推广做到最好。

参考文献：

- [1] 曾维超. 促进农机农艺融合 加快湖北茶叶产业提档升级[J]. 中国茶叶, 2015 (8) .
- [2] 王莉红. 湖北茶叶生产现状与建立优良生态茶园的技术措施[J]. 农村经济与科技, 2010 (6) .
- [3] 马春阳. 基于 SWOT 分析的湖北茶叶品牌整合研究[J]. 华中农业大学学报 (社会科学版), 2011 (2) .
- [4] 龚自明. 湖北省名优绿茶品种特点研究[J]. 湖北农业科学, 2011 (22)