

“新常态”下六安市茶产业发展路径的探讨

蔡童 孙东强 冯先成¹

(安徽农业大学, 安徽 合肥 230000)

【摘要】: 随着中国经济进入“新常态”,六安市茶产业的发展也在“新常态”环境下面临着新的问题和挑战。通过对经济“新常态”背景下六安茶产业发展现状的调查,明确了该地区茶产业取得的成绩以及存在的不足,在明确现状的基础上,提出六安茶产业的发展要从扶持龙头企业、调整复合型业态、完善茶产业社会化服务体系、加强产业制度管理以及提高茶叶品牌精品化程度等方面入手,将六安市茶产业的发展水平提升到一个新的高度。

【关键词】: 新常态 六安茶产业 龙头企业 复合型业态

【中图分类号】 S571.1 **【文献标识码】** A

随着中国经济发展的阶段性因素与全球经济危机爆发的背景叠加导致了中国经济增速进入阶段性回落的“新常态”时期,并体现出与周期性调整不同的新现象和新规律。习近平总书记在2014年考察河南时第一次提及经济“新常态”的概念,要求领导干部“从当前中国经济发展的阶段性特征出发,适应新常态,保持战略上的平常心态”,并在同年11月,提出中国经济新常态的主要特点是:“从高速增长转为中高速增长”、“经济结构不断优化升级”、“从要素驱动、投资驱动转向创新驱动”。

本文运用经济学理论,考察六安市茶产业生产区的现状,通过研究“新常态”的概念,准确找出在经济“新常态”下六安茶产业存在的缺陷与不足,并对未来的发展路径提出建议。

1 “新常态”背景下六安市茶产业的发展成效

1.1 龙头企业起到引导和带动作用

龙头企业是指在某个行业中,对经营同一种行业的其它企业能够带来深远影响,起到带头作用,并对该区域或者对整个国家社会能够带来杰出贡献的企业。

在六安市致力于茶产业的发展过程中,培育了10余家省级龙头茶企,如安徽省六安瓜片茶业集团有限公司、安徽省华银茶油有限公司等。这些茶企通过农产品生产、加工和销售的有机结合以及相互补足的方式,积极拓宽市场,引导个体农户、中小企业的合作发展,促进产业创新平台和专业市场体系的组建,带动六安茶农和中小茶企共同富裕,引领六安茶企共同发展。

1.2 发展复合型业态茶产业以拓宽消费市场

复合型业态,指一个企业对多种商业业态进行管理和经营,通过资源、要素的合理分配和共享、产生合力效应的经营方式。六安茶产业链是以茶叶生产为主的复合型业态。

作者简介: 蔡童(1994-),男,安徽淮南人,在读硕士生;孙东强(1994-),男,安徽合肥人,在读硕士生;冯先成(1993-),男,湖北黄石人,在读硕士生。

目前，六安市在延长茶产业链，发展复合业态上，日渐完善。从种植、加工到销售等基础环节向上下游延伸，上游现已涉及六安茶文化生态旅游、六安茶叶专用肥料等，下游延伸至六安茶叶精深加工、六安茶食品、茶医疗、茶美容等产品开发。六安茶谷是六安市政府打造的重点茶产业链建设地区，经过 5 年多的规划建设，该项目已经成长为集产业、生态、旅游、养生、增收的宝地。主产六安瓜片、霍山黄芽、舒城小兰花等知名茶叶系列产品，为生态增绿、旅游添景、为农民增收发挥了重要作用，成为当地脱贫致富最重要的依靠。

1.3 六安茶叶精品品牌产生的影响力

精品品牌是指产品或服务、表象识别、消费者体认和沟通传播四个方面切实做到位的，在消费者群体中树立一定良好印象的品牌。

2019 年 4 月，由浙江大学 CARD 中国农业品牌研究中心牵头，联合中茶所《中国茶叶》杂志、共同发布的“2019 年中国茶叶区域公用品牌价值评估”榜单出炉，“六安瓜片”跻身中国茶叶区域品牌价值排名 10 强，品牌价值突破 30 亿元；“霍山黄芽”进入全国排名 50 强，品牌价值由 2010 年的 6.03 亿元增长至 22.33 亿元。这对于六安市茶产业的品牌建设来说，是一个新的里程碑。品牌化的提升，对于六安市茶产业链的建设具有重要意义，并且对产业扶贫的支撑力度也具有促进作用。

2 “新常态”背景下六安茶产业发展的制约性因素

2.1 六安市龙头茶企的规模效应不足

虽然龙头企业能够起到带动作用，但六安市缺乏龙头茶企的典范，存在难以在全国甚至国际产生影响力的大品牌、大产业的问题，在品牌竞争中丧失优势。在六安茶企里，中微小企业占绝大部分比例，品牌价值超过 10 亿元的企业仅有 2 家，导致龙头企业的规模效应不足以带动六安茶产业进一步发展。目前，六安市的茶叶生产呈现出小规模化、地点分散的特点，个体小茶厂居多。六安市的中小茶企多是由传统家庭作坊改制而来，目光较为短浅，欠缺对长远利益的考虑，经营方式多为粗放型，而且部分小茶企之间存在恶性竞争，使得六安茶产业结构相当分散，缺乏专业化的分工与合作。

2.2 复合型业态茶产业发展程度低

2.2.1 六安茶产业的附加值较低。

六安市茶产业产后环节的发展仍处于相对落后的状态，尚未建立合理的、科学的茶产业链。缺乏对茶叶功能、茶企业经营理念和模式、茶产品包装及售后进行探索和革新，且未进行后续产业链的延长，导致六安茶产业延伸服务发展滞后，造成未经深加工的茶产品进入消费市场，大多数企业仅仅以初级产品向外出售，附加价值得不到良好的体现，致使成本增加明显，综合竞争能力下降。

2.2.2 六安茶产业的管理系统不完善。

目前大多数六安茶企依旧没有建立完善的企业运作和管理系统，缺乏专业人士对茶企的管理和运作进行经验总结，这显示六安茶产业链的管理意识较弱。部分茶园老化情况严重，缺乏保护和整治，对茶园区的管理不够细致。茶叶合作社虽多，但管理较为混乱，规章制度不够健全。近年来，随着“六安瓜片”茶叶市场行情较好，部分生产单位和人员出现违法乱纪的欺诈经营行为，严重影响了六安茶产业的口碑。

2.2.3 六安茶产业社会化服务体系不健全。

部分从事山区家庭式作坊的劳动者，其文化素质程度不高，生产主要依靠劳力，抗风险能力低，在茶园管护、除草、灭虫、修剪、茶叶储存、天气预警、高效采摘和农药检测方面的科技水平较低，机械化使用程度不够，耗费大量人力物力。针对这一情况，急需建立茶产业社会化服务体系，形成一整套服务技术标准，这需要政府、茶叶协会和社会服务团队的协助。

2.2.4 绿色贸易壁垒阻碍六安茶叶出口。

随着经济的发展，居民生活水平的提高，人们在购买产品的过程中越来越追求“绿色、环保、无毒”，欧美等发达国家对我国茶叶制定了严格的环保和技术限定，通过国际绿色贸易壁垒来限制我国茶叶进入市场。由于有机种植的匮乏，六安茶叶的质量难以大幅度提高，与国内外知名茶叶相比，农药残留物含量较高，在应对病虫害和极端天气的影响上措施不到位，茶叶检测质量不高，使得六安茶叶在出口上受到了欧盟国家的限制。

2.3 六安茶产业品牌的精品化程度不高

2019年，六安市茶企的数量超过200家，但企业品牌化比例并不高，将六安茶叶作为精品品牌打造的企业屈指可数。

2019年，六安市进入中国茶叶区域公用品牌价值排行榜百强的茶企只有4家，其中第1家只排名第9，第4家却排在了第87名。不仅仅名次有78名之差，品牌价值更是差了26.08亿元。可见，无论是品牌化与茶企总数之比还是从高端精品品牌中的差距来看，六安市大多茶企的品牌化与精细化程度不够。

3 “新常态”背景下六安市茶产业发展的对策建议

3.1 针对构建龙头企业的发展路径

3.1.1 积极兼并重组，扩张企业规模。

六安市茶产业应大力开展兼并重组，要把握全省雄厚的资本和民间资金等优势，长期推进资本与产业的整合，鼓励六安茶叶龙头企业开始转型、重组、股份化、租赁等，实现多种生产要素的最佳组合和合理分配。打造集科技开发、市场开拓、生产经营为一体的经济实体，使龙头企业具有强大的品牌整合功能，朝着开发和引导市场的方向发展。

3.1.2 政府加大对龙头企业的扶持力度。

六安市政府应该在土地、投融资、财税等方面，制定和落实对茶企的优惠政策。发挥龙头企业上联市场下联基地和茶农的优势，鼓励有条件的龙头企业走出本市，在省内外建立基地，抢占市场，进一步扩大企业规模。在加大扶持力度的同时，还要对龙头企业作进一步要求，每年进行严格的审核和监测，使其生产技术达到无公害标准。同时还要扶持新增的生产经营力量，对其进行管理培训和技术指导，鼓励企业在外地扩大营销网络。

3.1.3 完善龙头企业与农户之间的连结机制。

首先，鼓励“加工型”和“市场型”龙头企业，通过承包一定的土地，招募有生产经验的农户，建立茶产品生产基地。在规划方面，实行“公司+合作社+基地+农户”为一体的农业产业化经营方略。同时，为了能较好地保护农民的权益，应该尽全力带领龙头企业推进订单农业，设立专门的机构以应对市场风险，尽可能主动承担损失，采取保护性收购，利润回报等形式，尽可能帮助农民，逐步培养茶农对企业的信赖，提高忠诚度。

其次是在分享利益和分担风险的前提下，探索合理的、科学的利润分配模式，引导产业化企业与农户建立贴息贷款、购买价格保障、合同订货、贷款担保等，使农民进入专业市场，实现企业和茶农的互利共赢。同时，要努力探索股份合作、利润回笼、股权、信托、租赁等新型管理方式，努力消除农民对合作风险的担忧，在龙头企业与农民之间通过有效的契约和监管的利益相关机制而实现更加紧密的合作。

3.2 针对发展复合业态茶产业的路径

3.2.1 加大投入，推进茶叶深加工，提高附加值。

应加强对茶饮料、药物、茶食品、保健品等的研究和开发。例如，舒城县开发的茶多酚和蜂蜜姜茶等产品，实现了出口创汇。要依据不同市场和不同消费者的需求来规划产业链，研究开发适销对路的茶产品。目前六安市的各大商业街奶茶店，几乎都是“1 點點”、“CoCo”等台湾奶茶，六安市茶产业可根据市场行情，推出奶茶系列品牌（如天福茶叶集团创立的放牛斑奶茶）。在茶食品方面，可通过“茶叶+金寨黑毛猪肉”，生产茶香猪肉干、茶香猪肉松等肉制零食，延长产业链。

3.2.2 科学规划，建立保护区。

要加大对茶叶种植保护区的建设力度，保证种植资源规划区内生态平衡，达到茶林相间，物种丰富。如 2011 年，杭州市加大了对西湖龙井主产区的保护力度，对龙井茶一级保护区实行景区责任制，逐步提高管理和维护的水平。六安市各级茶园的规划和建设方面要符合环保标准，对违规开垦土地，破坏山林植被的现象进行整治。此外，政府和茶叶协会要加强对茶园保护区的监管力度，尤其是土壤质量、水质监测等方面。

3.2.3 充分发挥政府在茶产业管理体系中的主导作用。

茶产业管理体系的完善不仅仅是一个市场行为，还带有明显的公共管理特征。六安市政府一方面要对茶叶协会的组成和评选提高标准，另一方面加强对茶产业链从种植、采收，到加工、销售这一整套环节的监管力度，建立章制，完善制度体系，对于茶企之间打价格战，欺诈经营的行为进行严格治理，减少茶企内部的消耗。在管理体系的执行中，围绕当前茶产业食品安全的焦点问题贯彻落实诸如“生产经营者第一责任人责任”机制和“加工过程”机制。

3.2.4 建立和完善茶产业社会化服务体系。

十九大报告指出，要健全农业社会化服务体系，加快推进农业产业化，实现小农户和现代农业发展相连接。六安市财政、农业和产茶区的乡镇部门，应组成实施小组，鼓励龙头企业、从事农业生产的联合体和农业推广人才成立社会化服务组织，围绕茶叶耕作、植保、修剪、加工等环节，与茶农签订合同，制定利润分成，进行经营性社会服务，带动农户发展。此外，鼓励社会服务团队与麦、稻收割队相互合作，共享资源。并吸引知识青年、返乡创业人员加入社会服务队伍，提高茶产业社会服务组织的创新能力。

3.2.5 积极应对绿色贸易壁垒。

要应对绿色贸易壁垒，必须使茶产业链从种植到加工出口这一整套环节上达到绿色标准，在茶叶的种植上要推广使用有机肥，降低农药的使用率，发展生态茶叶种植，循环利用农业资源，加强对茶叶中农药、重金属等残留物质的检测力度，提高茶产品的出口标准。此外，在加工过程中，还要提高车间、流水线的清洁程度，采用环保材质的包装原料，避免茶叶受到二次污染，这要求广大茶企提高加工技术，在追求产量的同时保证环保指标合格。除此之外，各大茶企在茶叶质量达到国际标准后再开展有关出口创汇的活动，避免资金浪费。

3.3 针对打造六安茶产业精品品牌的发展路径

3.3.1 强化六安茶叶技术创新与推广，走科技提升之路。

首先，六安市政府应大力推进对茶叶的相关研究和创新发展，加大资金投入，加强与安徽农业大学、安徽省农业科学院等多个科研院所茶叶种植、深加工等方面的技术创新，研究并开发相关产品，如农药、有机肥等，为六安茶产业的发展提供技术支持。其次有关部门要注重人才培育，努力培养高水平茶叶科技人才，提升茶产业整体科技水平。抓住机遇，与全国各省市的茶叶产业园区和龙头企业进行交流合作。最后，鼓励建立合作社、科技示范户等单位，加大组织力度。

3.3.2 弘扬六安茶叶历史文化，走文化渲染之路。

六安市的龙头茶企应积极联合省内高校，举办各类活动赛事和培训项目。通过举办比赛，让高校学生们形成对茶叶知识的探讨。通过联合培训，提高当代学生对六安茶文化的认识，增强学生的学习兴趣，促进六安茶文化的传承与发展，潜移默化地促进六安茶叶品牌、文化优势和地域效应的融合。如2019年5月，“齐源杯”中国（安徽）大学生茶文化创新大赛顺利举行，一大批优秀学子和指导老师从全省各地前来，相聚在此，通过茶艺表演、茶文化知识考核和创新作品展示等环节开展交流和学习。使学生了解到茶叶品牌的内涵以及茶叶加工的相关技术，体验到茶文化的源远流长。

3.3.3 实体销售与电销双拳出击，提高品牌知名度。

如今已跨入电商时代，在茶叶的销售上，除去淘宝、京东等简易的网络销售之外，还可借助微信、微博、抖音小视频等自媒体模式进行产品宣传，具有针对群体明显、涉及范围广等优势。通过此类经营模式，可有效地解决实体营销中地域及时间等因素的限制，消费者可随时随地进行购买选择，且客户范围及数量得到有效提高，有效增加产品销量。

3.4 其它对策建议

台湾茶叶源自大陆福建省，近年来，以台湾乌龙茶、阿里山红茶为代表的台商茶叶已经走进大陆市场。在“一带一路”战略下，各个茶产业国家和地区应该主动与外界沟通，相互借鉴。六安市政府应当积极鼓励六安茶企开展与台湾等地区的交流与合作，特别是在诸如品种、技术、设备、机械、管理等方面，建立紧密的合作关系，互利共赢。

4 小结

六安市茶产业在经济“新常态”背景下的发展不仅要依靠政府的大力支持，同时还需要整个茶企业、茶协会、茶农的协同建设与推进，才能更好的提升茶产业的竞争力，为当地脱贫致富寻求道路，这是一个长期不能松懈的过程。

参考文献:

- [1]陈兆清. 六安市茶产业发展研究[J]. 安徽农学通报, 2013, 19(10): 3-7.
- [2]刘兴月, 朱娟. “一带一路”下的六安瓜片营销策略分析[J]. 经营之道, 2019, 20(7): 66-67.
- [3]陈加土, 毛小伟, 祝志伟, 等. 江山市茶产业生产全程社会化服务实践与思考[J]. 中国茶叶, 2019(5): 57-58.
- [4]行怀勇, 陈晓明, 李明艳. 安徽省茶叶出口现状、问题及对策[J]. 产业发展, 2016(10): 54-57.