

基于 SCP 范式的湖南茶产业组织结构优化研究

邓涵颖¹ 刘仲华^{1,2,3} 周跃斌^{1,2,3*}

(1. 湖南农业大学园艺园林学院茶学教育部重点实验室, 湖南 长沙 410128;

2. 湖南农业大学国家植物功能成分利用工程技术研究中心, 湖南 长沙 410128;

3. 湖南省植物功能成分利用协同创新中心, 湖南 长沙 410128)

【摘要】: 近年来湖南茶产业发展迅速, 成为推动湖南实现乡村振兴和精准脱贫的主导产业。本文以产业组织理论为指导, 基于“市场结构-市场行为-市场绩效”范式(SCP), 从市场集中度、广告宣传策略、产业规模等方面对湖南茶产业进行分析, 指出虽然茶叶的生产种植结构属于高寡占型, 但产业组织化程度低, 并从政府、行业协会、企业三方面提出了优化湖南茶产业组织结构的建议。

【关键词】: 茶产业 产业组织 市场结构 市场行为 市场绩效 湖南

【中图分类号】: F324.5, S571.1 **【文献标识码】:** A **【文章编号】:** 1009-525X (2019) 03-340-344

茶产业是我国的传统农业产业和特色出口产业, 与山区农业经济、茶农收入密切相关。继“中央一号”文件、湘政发[2013]25号等文件出台以来, 茶产业受到高度重视, 成为湖南乡村振兴与精准脱贫的主导产业。优化茶产业组织结构能提高产业绩效, 但近年来国内外在这方面的研究重生产而轻营销, 多集中在茶叶生产种植和技术创新方面^[1,2]。苏祝成^[3]和蔡伦红等^[4]将我国与斯里兰卡、日本等主要茶叶生产国的组织模式进行比较, 提出构建多元化组织制度、培育龙头企业、发展茶叶合作社的建议。郑旭媛^[5]从经济学角度研究茶叶供应链组织, 认为“企业+基地+合作社+农户”模式是目前茶产业发展进程的最佳选择。包乌兰托亚等^[6]对山东茶产业的生产组织模式进行SWOT分析, 提出延伸产业链、拓宽茶叶渠道、推进茶旅一体化等建议。

湖南茶产业存在企业品牌弱、规模小、组织化程度低的困境^[7]。目前针对湖南茶产业组织结构的研究文献较少。笔者以产业组织理论为指导, 应用SCP范式对湖南茶产业组织结构进行分析并提出建议, 旨在为优化湖南茶产业组织结构、提升产业绩效提供参考。

1 SCP 范式概述

产业组织理论探讨了产业内企业间的组织与市场的关系, 以及对产业资源配置效率的影响, 对于产业转型升级意义重大。SCP范式起源于西方产业组织理论^[8]。20世纪三十年代, 以贝恩、谢勒为代表的哈佛学派以价格理论为基础, 提出“市场结构(Structure)-市场行为(Conduct)-市场绩效(performance)”的分析框架(即SCP范式), 应用实证分析对产业进行研究, 并强调产业组织政策的重要作用。20世纪七十年代以来, 博弈论、交易费用理论等的提出促进了产业组织理论的完善, 推动了SCP范式的

¹作者简介: 邓涵颖(1995-), 女, 重庆綦江人, 在读硕士研究生, 研究方向: 茶文化与茶业经济。

*通讯作者: 周跃斌(1963-), 男, 湖南桃江人, 教授, 研究方向: 茶叶加工、茶文化与茶业经济。Email: 2046873575@qq.com

动态发展。20 世纪末以来,学者们通过引入企业行为、产品价值网络等概念对 SCP 范式进行不断地修正和完善,至今仍是我国研究产业组织的主要工具和经典范式^[9,10]。

2 湖南茶产业发展现状

湖南是我国优势茶叶产区,在安化、古丈、石门等 78 个产茶县中,有 30 个重点产茶县,长期发展下逐渐形成了以武陵山脉为主的绿茶带、以雪峰山脉为主的安化黑茶带、以罗霄山脉和南岭山脉为主的 U 型红茶带和环洞庭湖黄茶带。近年来茶叶产量呈波动增长,总体发展较为平稳(图 1),干毛茶产值在 2017 年增长翻倍后增速放缓(图 2),可能的原因有:无性系良种和有机茶园的规模扩大、名优茶与大宗茶产品结构的调整、湖南茶叶品牌知名度提高及茶文化旅游等第三产业兴起等。

为做大做强湖南茶产业,政府推行“3+策略”,即:“基地+合作社”优化产业布局、“低改+技改”提升茶叶品质、“品牌+龙头”提升竞争力^[11]。茶企通过打造“O2O 平台”构建多元化营销渠道,涌现了潇湘茶网、大茶视界控股有限公司、约茶趣 APP 等新媒体茶叶企业。同时,桃源百尼茶庵、张家界茶马古道等以茶主题价值链为指导的旅游业成为湖南茶产业融合发展的新思路^[12]。

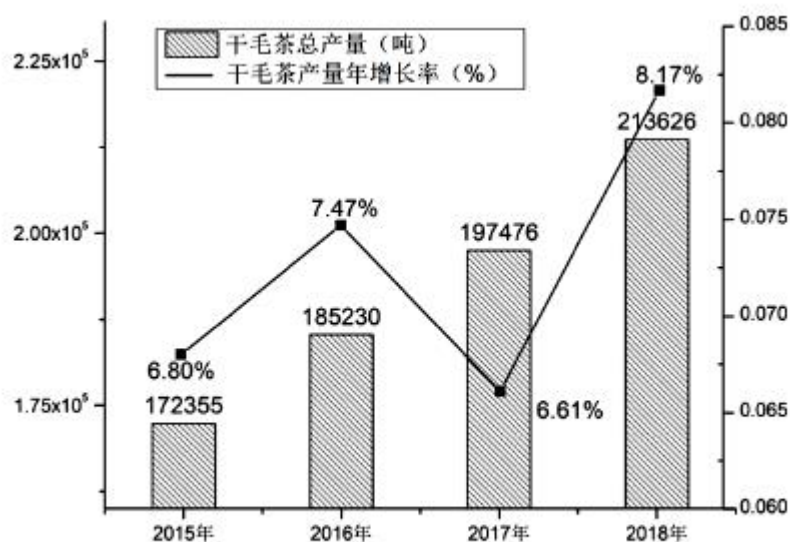


图 1 2015~2018 年湖南干毛茶产量及增长率

图 1 2015~2018 年湖南干毛茶产量及增长率

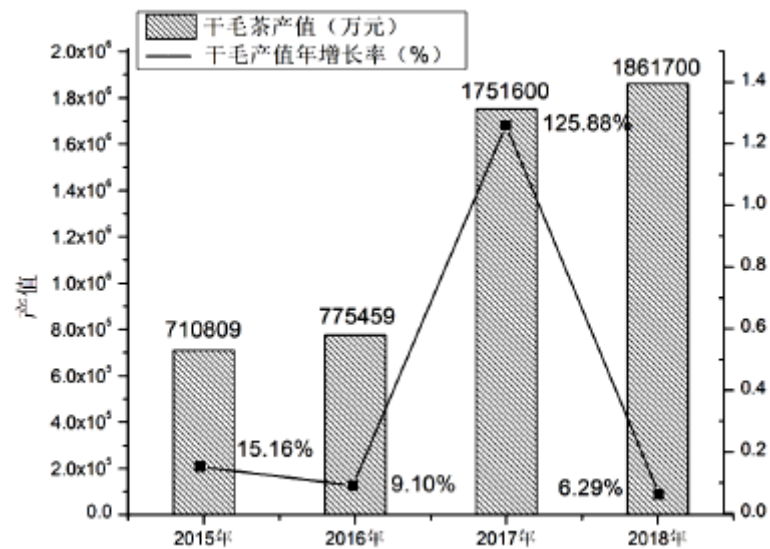


图2 2015~2018年湖南干毛茶产值及增长率

3 湖南茶产业组织 SCP 分析

市场结构指产业内企业市场关系的形式,是企业活动的外部环境。企业为实现利润最大化的目标而采取相应的市场行为,形成最终经济成果。在产业中,市场结构、市场行为、市场绩效三者相互影响,研究框架如图3所示。

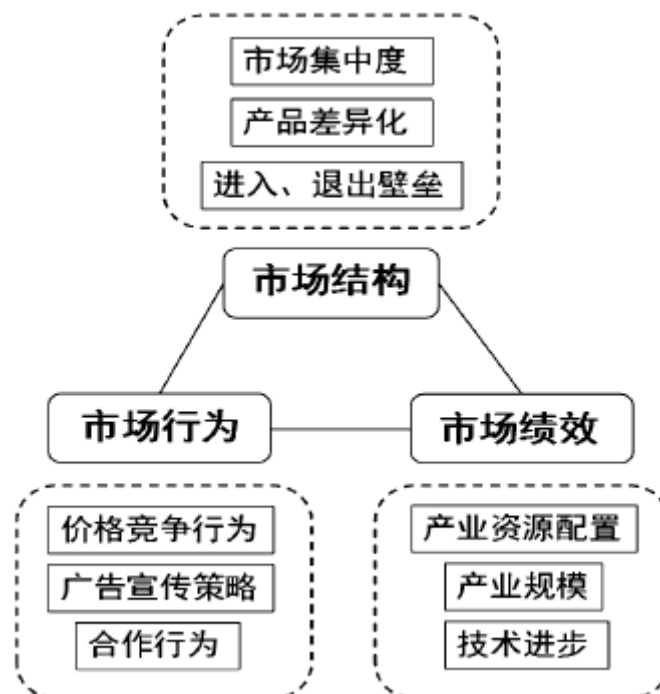


图3 湖南茶产业组织结构分析框架

3.1 市场结构分析

3.1.1 市场集中度(CR_n)

市场集中度是衡量市场结构的首要指标,反映了特定产业中相对规模的差异,可通过行业集中度(CR_n)和赫希曼指数(HHI)等指标计量。考虑到数据的可获取性和应用的普遍性,文章采用行业集中度测算,公式为:

$$CR_n = \sum_{i=1}^n X_i / \sum_{i=1}^N X_i$$

CR_n 为产业规模最大的前 n 个产茶市州的行业集中度, X_i 为第 i 个产茶市州的产量总和, n 为产业内的产茶市州数, N 为产业内的产茶市州总数。以 2017 年为例,湖南茶叶总产量为 25.1 万 t,产量最大的四个市州益阳、常德、长沙和郴州产量合计为 21.53 万 t, CR₄=85.78%,属于高寡占型市场结构,表明湖南茶业的生产种植结构集中度高,四个市州都具有较强的竞争力。

3.1.2 产品差异化

产品差异化能通过工艺、包装等影响顾客感知,对竞争者构成一定程度的进入壁垒,在市场中占据优势。

起源于岳阳地区的君山银针历史悠久,原料珍贵,以独特的闷黄工艺鹤立于国内黄茶市场,是我国十大名茶中唯一的黄茶。千两茶在加工中需要用到篾片、蓼叶等材料,制作工艺繁琐,被选入第二批国家非物质文化遗产保护名录。臻溪金毛猴融合创新工艺,以独特的“花果香、醇爽味”入选美国白宫。湘益专注茯茶研发,针对边销、礼盒、收藏、办公等需求开发了多样化产品。在产品差异化上,茶企需要结合区域特色茶产品、自身优势和市场找到创新的发力点。

3.1.3 进入和退出壁垒

进入壁垒是指现有企业相较于潜在竞争者所享有的优势,能使现有企业持久地维持高于竞争水平的价格,影响因素有绝对成本优势、规模经济和产品差异化等。

对于自营茶叶店铺而言,主要费用为装潢和产品采购,进入壁垒较低。对于自有品牌或厂商而言,需要厂房、物料仓储和推广等资金投入,进入壁垒较高。对于深加工茶企而言,技术和生产设备的要求高,具有一定的规模经济,小厂商在成本限制下难以进入市场。湖南茶叶出口位居我国第二,但随着国际贸易的绿色壁垒增强,出口商面临热带雨林和 UTZ 等严格国际认证,迫切需要向标准化和有机化生产转型。

退出壁垒指企业在退出某行业时遇到的阻碍,受沉没成本和资产专用性等因素影响。家庭式作坊设备简单,有若干杀青锅和干燥机即可,规模小且退出门槛低。大型企业通常为自动化、精细化生产线作业,价格高昂且专用性强,还有团队培训、线上平台维护等开支,退出壁垒高。

3.2 市场行为分析

3.2.1 价格竞争行为

价格竞争行为指企业为驱逐竞争者,降低产品价格,以低利润甚至短期亏损的方式提高市场占有率。湘益为抢占边销市场,推出品质好且低于产业内同档次茶产品价格的“一品茯茶”,以热销单品打开了边销黑茶市场,收获了大批忠实消费者。茶业电商兴起,商家之间打起了价格战,部分商家为赚取好评和销量,采用掠夺性定价贱卖茶叶。

3.2.2 广告宣传策略

广告活动是企业市场份额差距扩大的重要原因。采用新媒体和软广告等宣传策略有利于品牌的传播,维持企业的市场地位。“湘茶杯”名优茶评比通过赛事活动吸引人们的眼球,提高了湖南名优茶的曝光率。白沙溪、中茶牌等领衔茶企冠名高铁列车广告,极大提升了品牌知名度。跨界合作、博览会参展、电商平台等多样化的宣传方式成为茶企构建营销网络的主要选择。

3.2.3 合作行为

合作行为指企业建立战略联盟进行协作分工,共享产业链价值,提升市场竞争力的方式。唐羽茶书院为企业进行人才培养,企业为唐羽提供茶产品及茶山游,双方通过资源共享延伸了价值链。在茶旅融合中,湘丰茶业集团结合园林景观打造飞跃茶园基地,华莱生物与琴岛演艺共同投资打造国内首个大型茶文化演出项目——《黑茶印象》,借助跨界合作开辟消费市场。

3.3 市场绩效分析

3.3.1 产业资源配置

安化黑茶品牌价值 27.74 亿元,是百强茶叶区域品牌中唯一超过 20 亿元的湖南茶叶区域品牌,其他湖南区域品牌以绿茶类居多,但大部分排名靠后。2015 年以来,潇湘绿茶实现了沅陵碣滩茶、黄金茶、古丈毛尖、石门银峰等名优茶整合,成为了跨区域茶叶公共品牌。在政府推动下,逐渐形成了潇湘绿茶、湖南红茶、安化黑茶、岳阳黄茶四轮驱动下的湖南茶产业格局。与此同时,桑植白茶异军突起,被纳入张家界精准扶贫第一产业,成为湖南打造千亿茶叶强省的重要组成部分。

3.3.2 产业规模

产业规模结构与企业的规模经济相关,反映了企业专业化分工协作水平和效率。湖南茶业是以湘茶集团等企业为领导者,以湘丰集团、君山银针等企业为主体,以古楼、武陵红等为追随者的茶产业集群。除此之外,黑美人和湖南三十九铺茶业在新三板挂牌上市,活跃于资本市场。为加快资源要素聚集,创建了安化县、长沙县、沅陵县 3 个茶叶现代农业产业聚集区和 15 个茶叶现代农业特色产业园省级示范园。

到目前为止,湖南已申请通过 122 件农产品地理标志,其中有 21 件茶叶地理标志。认定为“中国驰名商标”和“湖南省著名商标”的茶叶品牌分别有 13 个和 102 个,湖南成为中国获得茶叶驰名商标数量最多的省份。

3.3.3 技术创新

技术创新能推动产业的标准化发展和规模化经营,打破依靠扩大茶园面积拉动产量和产值增长的局面。臻溪轻轻茶、华莱速溶茶、冰维斯黑茶饮料等一系列湖南创新茶产品涌现,用 7%~8%茶叶产量打造了茶产业综合产值的三分之一,极大提高了资源利用率和产品附加值。湖南农业大学等单位完成的《黑茶提质增效关键技术创新与产业化应用》项目获得国家科技进步二等奖,推动了黑茶产业的转型升级。

4 结论与建议

湖南茶产业组织结构的 SCP 范式分析表明:湖南茶叶的生产种植结构类型属于高寡占型,茶企间同质化竞争严重,尚未形成茶产业集群,根本原因在于产业组织化程度低。对此,提出以下建议:

首先,基于政府角度思考:一是要培育一批竞争力强的龙头企业,促进茶企的规模化经营,带动中小茶企发展。二是要制定产业组织政策,优化资源配置效率。三是加强基础配套设施建设,提高信息技术利用效率,打造茶产业集群。

其次,基于行业协会思考:一是加强市场监管力度,推动交易透明化、规范化,对违规行为严加打击。二是定期开展茶叶技术培训,加强农技推广,提升从业者的技术水平。

最后,基于企业角度思考:一是加强企业的专业化分工和合作,形成产业链共生。茶产业回报周期长,资金回笼较慢,不是所有的茶企都适合全产业链经营。二是加强与茶叶合作社、茶农之间的利益联结,提供综合服务。企业在交易中常处于优势地位,应平衡双方诉求,稳定原料收购价格。三是加大产品研发投入力度,创新茶产品。湖南茶产业虽然初具规模,但同质化竞争严重,企业要重视产品创新,创造新的消费增长点。

参考文献:

- [1]苏宝财,刘伟平.茶产业发达地区茶农选择茶叶销售渠道的影响因素分析——基于福建安溪实证[J].林业经济问题,2008,28(06):540-543.
- [2]林德荣.国内农业产业化经营组织研究[J].安徽农业科学,2007,(26):8383-8385.
- [3]苏祝成.中国茶产业组织:绩效与政策[J].茶叶科学,2011,31(03):264-272.
- [4]蔡伦红,李中林,吴全,等.我国茶产业组织结构模式绩效研究[J].南方农业,2015,9(25):82-85.
- [5]郑旭媛.中国茶叶供应链组织模式优化探讨[J].茶叶,2014,40(01):30-35.
- [6]包乌兰托亚,李中华,马龙波,等.山东省茶产业组织模式与新常态下的经营策略[J].林业经济,2016,38(11):55-59.
- [7]邓岳朝,周跃斌,沈程文.论“一带一路”战略下的湘茶产业发展[J].茶叶通讯,2016,43(02):51-54.
- [8]李俊奎.SCP范式与我国农业市场结构分析[J].生产力研究,2005,(12):58-59,61.
- [9]李海舰,魏恒.新型产业组织分析范式构建研究——从SCP到DIM[J].中国工业经济,2007,(07):29-39.
- [10]侯艳良.谈SCP范式在中国的应用与新发展[J].商业时,2011,(05):127-128.
- [11]黄静,周琳,包小村.湖南茶叶产业发展现状与思考[J].湖南农业科学,2016,(07):97-99.
- [12]覃丽,缪有成,牛丽,等.茶主题价值链指导下的茶旅一体化研究[J].茶叶通讯,2018,45(04):36-41.