

乡村振兴背景下贵州茶产业数字化发展问题浅析

潘家佳

贵州大学历史与民族文化学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年6月26日; 录用日期: 2024年7月10日; 发布日期: 2024年8月12日

摘要

贵州省是国内重要的产茶区之一, 茶叶种植规模居国内前列, 茶产业对于贵州省乡村全面振兴有着重要作用。在乡村振兴的背景下, 分析贵州省茶产业数字化发展对于贵州省产业高质量发展有着重要作用。本文基于数字化发展的视角, 通过对贵州茶产业现状分析, 其目前存在以下问题: 数字化转型意识弱、市场份额占比小、品牌建设不足、产业链间整合协同不足的问题。鉴于此, 本文提出政策加持与引导、完善产业链、深化品牌建设、人才培养与引进的对策建议。以其促进贵州茶产业的可持续发展。

关键词

贵州茶产业, 数字化, 产业

Analysis of Digital Development Issues of Guizhou Tea Industry in the Context of Rural Revitalization

Jiajia Pan

College of History and Ethnic Culture, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 26th, 2024; accepted: Jul. 10th, 2024; published: Aug. 12th, 2024

Abstract

Guizhou Province is one of the significant tea-producing regions in China, ranking top in terms of tea cultivation scale, and the tea industry plays a vital role in the comprehensive revitalization of rural areas in Guizhou. Against the backdrop of rural revitalization, analyzing the digital devel-

opment of Guizhou's tea industry is crucial for the high-quality development of the province's industries. From the perspective of digital development, this paper analyzes the current status of Guizhou's tea industry and identifies the following issues: weak awareness of digital transformation, small market share, inadequate brand building, and insufficient integration and collaboration within the industrial chain. In light of these issues, this paper proposes countermeasures and suggestions including policy support and guidance, improving the industrial chain, deepening brand building, and talent cultivation and introduction, aiming to promote the sustainable development of Guizhou's tea industry.

Keywords

Guizhou Tea Industry, Digitization, Industry

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

2024 年发布的中央一号文件公布, 提出有力有效推进乡村全面振兴“路线图”[1], 文件强调全面贯彻落实党的二十大和二十届二中全会精神, 贯彻落实习近平总书记关于“三农”工作的重要论述, 推动乡村全面振兴不断取得新进展。我国茶文化历史悠久, 茶叶在每一个历史阶段都发挥着重要作用, 如今在乡村振兴背景下, 茶产业对于增加人民收入、推动乡村发展、促进地区经济发展等方面都具有重要的战略意义。贵州省作为乡村振兴的重镇, 是全国产茶青量最多的省份, 且茶青质量为佳, 然而随着数字化、数字经济的发展, 贵州茶产业并未跟上农产业数字化的脚步。随着现代信息技术的发展, 农业的第三次革命——农业数字技术革命正在到来, 贵州茶产业需要在产业数字化方面进行自身的改变, 紧跟数字化革命与规范化建设, 在全国茶叶市场占据自己的一席之地。

2. 贵州茶产业现状

在自然条件上, 贵州是中国唯一兼具低纬度、高海拔、寡日照、多云雾的产茶区, 是全国最适宜种茶的区域之一, 在种茶规模上, 贵州 88 个县其中超过半数的县市均有茶叶的种植、加工和销售, 可见其茶产业规模之大, 茶产业对于贵州省乡村全面振兴有着重要推动作用, 在历史因素上, 贵州还拥有世界上最古老茶籽化石。近年来, 贵州省委省政府高度重视、高位推动, 全省茶产业按照贵州原料、贵州制造、贵州创造、贵州品牌的发展路径。从茶产量来看, 截至 2022 年末, 贵州茶叶种植面积达到了 700 万 hm^2 , 排名全国第二, 涉茶人口 322.4 万人, 全省茶产业综合产值 841.2 亿元, 其中一产 383.4 亿元、二产 222.8 亿元、三产 235 亿元[2]。可见贵州产茶规模庞大, 茶产业发展潜力大。

从市场来看, 贵州茶园数、产茶量位居全国前列, 但现阶段主要是以输出茶叶原料为主, 被包装为其他的茶叶品牌出售。以湄潭县为例, 2023 年湄潭县直接出口额为 4498.39 万美元, 位列贵州省县域第一名[3], 对于国际市场主要出口目的地有美国、加拿大、德国、新加坡以及“一带一路”沿线国家和地区, 因其茶叶质量佳, 国内许多茶商会大量购买湄潭县产的茶叶原料后经加工贴出别的茶品牌出售, 所以当地许多茶厂所采用的电子商务模式为 B2B 模式, 近来正转型为 B2C 模式。长远来看, 这样的模式并不利于贵州茶产业的可持续发展。

从茶叶种类来看, 贵州多产绿茶和红茶, 这主要与贵州所处自然条件、茶树品种、种植技术、政府

政策以及品牌建设等影响因素有关。单从茶类品牌收益来看，现市场上绿茶和红茶品牌的平均品牌收益相比于其他茶类品牌更高，所以贵州茶产业作为全国重要的绿茶和红茶产区在市场上具有较大的市场份额。

从品牌发展来看，自 2007 年贵州省人民政府发布《关于加快茶产业发展的意见》后，在 2010 年贵州省建立了贵州省绿茶品牌发展促进会，一定程度上推动了贵州茶叶品牌提升具体化，2017 年“贵州绿茶”获颁中华人民共和国农产品地理标志登记证书，其囊括了湄潭翠芽、都匀毛尖、石阡苔茶等品牌，这标志着“贵州绿茶”作为一个“大地标”品牌面向市场，此后培育了以“贵州绿茶 + 区域公用品牌 + 企业品牌”的模式打造茶产业品牌体系。此外，贵州省所打造的“三绿一红”茶品牌建设也在同步进行，其中“三绿”指湄潭翠芽、都匀毛尖、绿宝石，“一红”指遵义红。其中都匀毛尖在 2024 年中国茶叶区域公用品牌价值评估值为 52.23，排名第 13 位[4]，由此来看都匀毛尖品牌影响力在全国位居前列，具有较强发展潜力。但贵州茶产业品牌价值发展现阶段仍停留于产品物理层面，并未挖掘其深层次的历史资源、民族文化资源。

综上，当前贵州茶产业在整个国内市场中占比份额较小，品牌建设只停留在“量”的物理扩充上，没有完成从“量”到“质”的转变，其虽极力打造“贵州绿茶”品牌向外输出，但打造过程中却没有与数字化时代相接轨，且没有深挖贵州茶文化故事。

3. 数字化在农业产业中的应用

3.1. 数字化的应用

数字化来源于计算机专业术语，在信息化时代下被应用于产业管理中，主要指通过利用互联网、大数据、人工智能、区块链、等新一代信息技术，来对企业、政府等各类主体的战略、架构、运营、管理、生产、营销等各个层面，进行系统性的、全面的变革，旨在利用数字技术对整个组织进行重塑[5]。当前对于传统产业数字化转型的讨论较多，肖旭(2019)提出充分认识产业数字化转型的价值维度，厘清传统产业数字化转型的理论逻辑，对于我国推动产业数字化进程具有重要的指导意义[6]。吕铁(2019)针对当前我国传统产业数字化转型实践中面临的问题，应从加快推进企业智能制造、行业平台赋能和园区生态构建三条路径，积极务实地推动传统产业的数字化转型[7]。本文所提及的数字化，主要是指数字化、数字经济在茶产业中的运用，通过互联网、大数据、人工智能等数字技术提升茶产业数字化转型，从而推动贵州茶产业的进一步发展。

对贵州茶产业现状进行梳理后不难发现，贵州产茶规模虽庞大，但将数字化应用于管理、销售却还欠缺。随着我国互联网普及率越来越高，网民规模持续扩大，网络接触方式逐渐多元化，贵州茶如何跳出自身困境，实现与数字化时代的接轨，这是本文所要探讨的问题。

3.2. 数字化技术应用于茶产业案例

3.2.1. 大益集团的数字化实践

云南大益茶作为云南省老牌茶企，在国内茶业市场中属于领军企业。大益集团发展主要以普洱茶为核心，涵盖茶、水、器、道四大事业板块，贯穿科研、种植、生产、营销与文化全产业链的现代化大型企业集团。近年来，大益集团在“互联网+”行动计划的号召下，开始了传统茶企的数字化进程。在生产方面，大益通过数字化技术，实现了茶叶生产全流程的自动化控制和信息化管理，包括茶叶原料的采摘、制作、加工、储存等各个环节，从而保证了茶叶品质的稳定性和优良性；在业务层面，大益集团找到数字商业领域头部服务商微盟，开始了双方的合作，以加速和深化大益的数字化发展，注重线上线下全链路运营。总的来说，大益茶在数字化时代更加注重数字驱动下的全产业链生态平台建设，将数字化进程

贯穿了战略、业务、组织与技术方面。与此同时，在数字阶段下，大益集团抓住了在新阶段下“人”的变化，其通过建立线上会员联盟，通过与消费者的深度互动，维系客户群，让茶叶更加贴近消费者需求。

3.2.2. 数字科技赋能品牌建设

随着科技的进步与发展，数字化与科技化也逐渐深入到茶叶生产、流通的各个环节。数字化不仅体现在茶园里，也在流通、销售环节提供便利。数字科技赋能，带来茶产业的标准化与科学化，让茶产业焕发新机。2022 年共计有 38 个有效评估品牌已建或正在建设品牌数字化管理系统，占总体有效评估品牌数量的 30.16% [8]。从此数据来看，我国有大部分的茶叶品牌还停留于传统茶品牌发展阶段。全国茶叶品牌中将数字化应用于品牌建设较成功的案例有西湖龙井、福鼎白茶。西湖龙井于 2020 年开始创建数字化管理系统，2022 年，杭州市启动西湖龙井全生命周期数字化应用项目的建设，用数字化贯穿西湖龙井全生命周期的管理运营，实现从茶叶到茶杯的数字化运营管理；福鼎白茶所实施的数字化管理主要在“福鼎白茶交易大数据”平台中体现，在此平台上，茶产量、茶交易、茶价格、地理标志防伪追溯等都实现了茶叶从生产到销售每个环节的透明化。

以上无论是大益集团紧跟时代变化做出的数字化实践还是西湖龙井、福鼎白茶将数字化运营应用于自身品牌文化建设，都是将在数字化时代下发展茶产业的成功案例，可以为贵州发展茶产业提供相应的经验。

4. 贵州茶产业数字化发展的必要性

4.1. 数字化转型

茶产业的数字化转型，对于贵州来说，是一种必然的选择。自从中共贵州省委、贵州省人民政府在 2007 年发布《关于加快茶产业发展的意见》后，贵州迅速兴起了茶产业发展的高潮，并在全国范围内进行宣传，喊出了“贵州绿茶·秀甲天下”“世界绿茶看中国，中国绿茶看贵州”的口号，贵州茶也由此进入了大众的视野。到 2018 年发布的《关于加快建设茶产业强省的意见》，向世界喊出了“贵州：为世界捧上一杯干净茶”的口号。再到 2021 年，贵州省农业农村厅发布《贵州省茶产业发展条例》为茶产业发展提供了法律保障，明确了茶产业发展应遵循的原则和目标。在贵州省“十四五”规划中明确提出在未来发展中要大力推进农业现代化，推进农村一二三产业融合发展[9]，为进一步深化茶产业数字化发展，贵州省为了加快推动全省农村一二三产业的融合发展，积极推动农业的供给侧结构性改革，利用“大数据 + 农业”、物联网技术和线上线下互联的营销方式，打通种植、加工、物流、仓储、检验、溯源商贸、品牌、金融等各个环节，建立起一个数字产业链，其中就包括了茶产业，并进行了很多的创新性工作，比如贵州省依托大数据在全国率先创建了全程可追溯的贵州省茶叶质量安全云服务平台和贵茶集团所实践的数字化管理和追溯系统，贵茶集团引入的数字自动化生产管理理念和技术，运用现代化全自动生产线智能量产，确保产品品质稳定，产品包装上“一物一码”的在线化链接能力，实现从茶园到茶杯的全程质量追溯。

贵州省作为中国南方地区重要的大数据中心，对于发展茶产业数字化转型具有优势条件。一方面可以得到数据驱动决策支持，数据中心可以通过收集和分析茶产业相关数据，为政府部门和茶企提供了科学的决策依据，帮助其更好地理解市场趋势、消费者行为和竞争态势，对茶叶市场进行产品精准定位；另一方面可以推动产业升级和提升品牌影响力，利用数据中心的优势，推动贵州茶产业数字化转型的同时可以加强茶叶数字化品牌建设，通过数据分析来优化品牌推广策略，提升贵州茶的品牌知名度和市场竞争力。当前，数字化催生了大规模的数字经济，数字经济同时也推动着实体经济的发展，实体经济对乡村产业的振兴起着重要作用。

4.2. 品牌高质量打造

笔者经过对贵州茶叶品牌现状进行梳理后发现当前贵州省茶叶品牌建设方面仍有欠缺，还停留在茶叶产品物理层面，贵州的茶品质虽好但在市场上不吃香，主要原因是受困于缺少强势品牌的带动，所以打造自身品牌对于贵州茶产业可持续发展的重要性可见一斑，贵州省很多优质的茶叶以原料茶的方式销售，导致贵州的茶区普遍成为廉价的原料供应地，并不利于当前乡村全面振兴，特别是在贵州省许多乡村是以茶经济作为加快培植茶叶大产业、大品牌，让贵州茶资源优势转变为核心竞争力，是贵州茶产业高质量发展的关键。

5. 贵州茶产业数字化发展建议

5.1. 政策加持与引导

首先，在此前茶产业政策的基础上，做好产业发展引导，在政策引导下持续跟进当前乡村振兴、高质量发展、发展新质生产力等大背景。其次，加大宣传力度，确保政策从上至下的贯彻落实，让各级政府更好的了解产业总体政策。最后，完善茶叶数字化质量监督体系，乡村全面振兴离不开数字化技术的加持，在“互联网+”的趋势下，线上平台的销售是必不可少的，因生产、加工过程的不透明性，电商渠道销售的产品因质量参差不齐而受到人们诟病，无形中给贵州茶带来了一定压力，故加快建设质量安全可追溯系统的建设势在必行，这样既确保了贵州茶叶质量安全的公信度，又增加了贵州茶叶品牌的核心竞争力。

5.2. 完善茶产业链

产业链是基于技术经济与产业分工而相互关联在一起的一种网链型产业组织形式，具体包括产业价值链、供应链、要素链、创新链等[10]。本文所指茶产业链主要包括了产业链的上游(生产)、中游(加工)、下游(销售和后市场延伸)三个方面。对于贵州茶产业面临的现实问题来看，应协同与上下游协同关联，打破链与链之间的壁垒，促进产业链网络化发展，跟进并完善整条产业链的稳定性、完整性、安全性，从而进一步提高产业链附加值。首先，贵州茶在上游供应链产销方面具有较强优势，无论是在毛茶产量还是质量上都位居全国前列，在生产阶段还应种植环境管理数字化、加强茶园生态建设，做好茶树良种繁育工作。其次，在茶产业链中游加工阶段，还应引进和研发先进的茶叶加工技术，提升产品附加值；随着制茶技术更新迭代，打造数字化管理模式成为了许多茶企正为之努力的方向。最后，在下游的销售市场，从本质上讲好一片茶叶背后的故事，对市场进行茶文化输出，进行市场营销方面的创新，持续运用数字化营销手段，拓展线下线上市场，建立与消费者间的关系以实现精准营销和服务。此外，还应在宏观层面上进行引导，促进茶产业集群化发展，形成规模效应，从而实现产业链整合与协同发展，开发更多新业态。

5.3. 深挖品牌文化建设

国内老牌茶叶品牌大多以地理标志或历史名茶为依托建立，创建历史悠久，市场占有率高，如西湖龙井、云南普洱等就具有远超贵州绿茶的高知名度和影响力。然而一直以来，贵州茶叶由于品牌多杂而受到非议，且发展过程缓慢，因而整合贵州茶叶的品牌，是一项需要迫切且长期坚持的工作。当前贵州省持续打造以“贵州绿茶”、“三绿一红”为向外输出的品牌建设，虽然已经在市场上形成了一定的品牌影响力和竞争力，但却始终没有完成从“量”到“质”的转变。在数字时代下，“质”不只是指茶叶质量好坏，而是其中富含的科技、文化、经济等因素联结在一起的共同体。只有从更深层次的挖掘其更为深刻的文化内涵，附加于品牌建设中，才能使得品牌之路可持续。同时，还应学习其他区域、公共品

牌数字化融入的成功经验,取其长补己短,可以参考各个优秀品牌茶企业的推广方式,从中汲取经验,多渠道、多途径、多方式开展品牌宣传,提升贵州茶叶的知名度与影响力。

5.4. 人才培养与引进

随着社会经济的发展,茶产业的发展已经出现了第一、二、三产业协同发展的趋势,根据贵州省茶产业链人才需求及岗位群职业能力需求分析,将茶产业人才分为三部分,分别为茶叶种植技术人才、茶叶加工人才及茶叶市场营销人才[11]。第一,优化专业布局形成与产业链深度融合的专业体系;随着数字化技术在茶产业发展过程中的不断渗透,茶叶经营与贸易人才的需求从线下发展到线上,人才需求是多层面的。第二,创新人才培养方式,开创人才培育新体系;注重对人才的实践训练,培育的数字化人才需要兼具文化内涵、创新思维、数字技术,培养其对贵州茶的深刻认识。第三,还应引入具有网络营销知识的专业人才,在网络平台宣传贵州茶叶的品牌。这些数字化相关人才是茶产业顺应时代趋势转型变革的重要力量。

6. 结论

贵州省是我国重要的产茶区之一,茶经济是贵州省经济发展的重要推手之一,茶产业对于贵州省乡村全面振兴有着重要推动作用。通过分析贵州省茶产业现状,其如今面临着脱节于数字时代、数字化技术运用不成熟、品牌文化建设不足,产业链数字化程度不高等问题,只有在本质上解决如今面临的问题,整合其整条产业链,使各个业态之间相互协同,培育更多本土数字化人才,才能成功的完成从“量”到“质”的转变与数字化转型。

参考文献

- [1] 中国政府网. 中共中央 国务院关于学习运用“千村示范、万村整治”工程经验有力有效推进乡村全面振兴的意见[EB/OL]. https://www.gov.cn/gongbao/2024/issue_11186/202402/content_6934551.html, 2024-05-10.
- [2] 贵州省人民政府. 2024 年贵州省政府工作报告(全文)[EB/OL]. https://www.guizhou.gov.cn/home/tt/202402/t20240218_83813588.html, 2024-05-13.
- [3] 湄潭茶产业直接出口额位列全省县域第一名[Z]. 中国茶叶流动协会, 2024-03-14.
- [4] 胡晓云, 魏春丽, 单子昊. 2024 中国茶叶区域公用品牌价值评估报告[J]. 中国茶叶, 2024, 46(5): 17-29.
- [5] 王阿玲, 王云娜. 数字化赋能中国茶文化传播与茶产业发展初探[J]. 福叶, 2023, 45(11): 16-18.
- [6] 肖旭, 戚聿东. 产业数字化转型的价值维度与理论逻辑[J]. 改革, 2019(8): 61-70.
- [7] 吕铁. 传统产业数字化转型的趋向与路径[J]. 人民论坛·学术前沿, 2019(18): 13-19.
- [8] 梅宇, 张朔. 2022 年中国茶叶生产与内销形势分析[J]. 中国茶叶, 2023, 45(4): 25-30.
- [9] 贵州省农业农村厅. 省农业农村厅 省发展和改革委员会关于印发《贵州省“十四五”农业种业发展规划》的通知[EB/OL]. https://nynct.guizhou.gov.cn/zwgk/xxgkml/ghjh/202205/t20220509_73875318.html, 2022-05-21.
- [10] 湛泳, 李胜楠. 新质生产力推进产业链现代化: 逻辑、机制与路径[J]. 改革, 2024(5): 54-63.
- [11] 何娟. 贵州茶产业人才需求调研及培养策略[J]. 中国集体经济, 2021(10): 124-125.