

数字经济视角下提高福建茶叶出口竞争力的现实进路

王 宁

浙江理工大学马克思主义学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2024年9月18日; 录用日期: 2024年11月18日; 发布日期: 2024年11月25日

摘 要

福建省的茶叶种植历史源远流长, 其产量在全国范围内位居前列, 茶叶产业已形成相当的规模。在数字经济时代背景下, 深入探讨福建茶叶如何提升出口竞争力, 对于推动该省产业的高质量发展具有重大意义。当前, 福建茶叶产业在出口历程、生产规模及出口结构方面已展现出一定优势。然而, 仍存在一些问題, 如茶叶产出效率不高、品牌竞争力不足以及数字化基础薄弱等。针对这些问题, 本文提出以下建议: 优化茶叶深加工工艺技术、促进传统茶叶生产模式的现代化转型、推进区域品牌与企业品牌的协同发展战略、挖掘并利用福建茶文化的潜在优势、利用跨境电子商务平台推动茶业的创新与转型等切实可行的策略, 旨在增强福建茶叶的出口竞争力, 促进其出口贸易的发展。

关键词

福建茶叶, 数字化, 出口竞争力

A Realistic Approach to Improving the Competitiveness of Fujian's Tea Exports from the Perspective of Digital Economy

Ning Wang

School of Marxism, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Sep. 18th, 2024; accepted: Nov. 18th, 2024; published: Nov. 25th, 2024

Abstract

Fujian Province has a long history of tea cultivation, and its output ranks among the top in the country,

文章引用: 王宁. 数字经济视角下提高福建茶叶出口竞争力的现实进路[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 4684-4691.

DOI: 10.12677/ec.2024.1341692

and the tea industry has formed a considerable scale. In the context of the digital economy era, it is of great significance to deeply discuss how Fujian tea can enhance its export competitiveness to promote the high-quality development of the province's industry. At present, Fujian's tea industry has shown certain advantages in terms of export history, production scale and export structure. However, there are still some problems, such as inefficient tea production, insufficient brand competitiveness, and weak digital foundation. In view of these problems, this paper puts forward the following practical strategies, such as optimizing the deep processing technology of tea, promoting the modernization and transformation of traditional tea production mode, promoting the coordinated development strategy of regional brands and corporate brands, tapping and utilizing the potential advantages of Fujian tea culture, and using cross-border e-commerce platforms to promote the innovation and transformation of the tea industry, aiming to enhance the export competitiveness of Fujian tea and promote the development of its export trade.

Keywords

Fujian Tea, Digitalization, Export Competitiveness

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

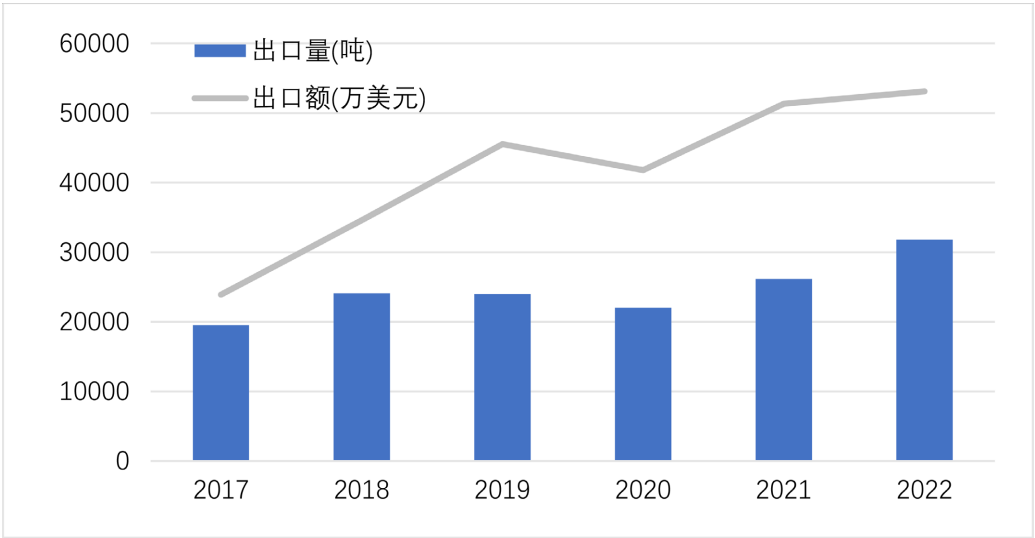
2019 年,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《数字乡村发展战略纲要》,在整体部署下,以“新基建”“乡村振兴”作为重要契机,发展“以数据为中心”的数字技术农业得到高度重视,成为目前迫切需要解决的问题。促进农业数字经济发展,挖掘“数据要素”潜在价值,推进“三农”新发展,已成为现代农业发展的一个重要方向[1]。茶叶作为福建省的第二大农产品,对推动该省农业经济发展具有重要作用。茶叶产业的发展能够激发茶农的生产积极性,提高其经济收入,进而形成新的经济增长点,推动经济发展,助力脱贫致富和乡村振兴。随着国际茶叶市场竞争的加剧,茶叶进口质量检验日益严格,以及新兴茶叶产业国带来的冲击,福建茶叶要想保持竞争优势,必须积极应对挑战,开展数字化创新工作,提升茶叶质量,制定应对策略,打造自身品牌优势。

2. 福建茶叶出口市场现状分析

2.1. 福建省茶叶出口规模

见图 1,从出口量上看,福建省茶叶的出口总量在 2017 年是 19509.9 吨,在 2018 年,茶叶的出口量为 24098.1 吨,实现了大幅度的增长,较 2017 年增长了 23.52%,2019 年其茶叶出口量几乎维持不变,为 23,994 吨,2020 年伊始,受经济形势影响导致出口总量略微下降,出口总量均为 22004.5 吨,随着国家政策的扶持以及经济的不断恢复,2021 年和 2022 福建茶叶的出口量分别达到 26147.7 吨和 31800.9 吨。从出口额上看,从 2017 年的 23,896 万美元到 2022 年的 53100.9 万美元,几乎每年都在逐渐增长,六年间,出口的总金额增加了近 3 亿美元。在茶叶的出口均价方面,呈现着持续上涨的趋势,2022 年每千克茶叶为 16.69 美元。总的来看,福建的茶叶出口量和出口额虽然呈现波动,但是总体的趋势是向好发展的。

见表 1 可知,与其他的产茶大省相比较,2022 年福建省茶叶的总产量位列第一,出口量在产茶大省中却排名第四位,出口量仅占总产量的 10.19%,可以看出福建省的茶叶生产大部分用于内销,仅小部分



数据来源：2022 年海关信息数据库。

Figure 1. The total export trade of Fujian tea from 2017 to 2022
图 1. 2017~2022 年福建茶叶出口贸易总量

Table 1. Total industrial output and export data of Fujian Province and other major tea exporting provinces in 2022
表 1. 2022 年福建省与其他茶叶出口大省产业总产量及出口数据

省市	出口额(亿美元)	出口量(万吨)	总产量(万吨)	均价(美元/千克)	出口量排名
福建	5.31	3.18	52.08	16.69	4
浙江	4.84	15.38	19.8	3.14	1
安徽	2.45	6.21	13.43	3.95	2
贵州	0.85	0.49	45.4	17.23	9
湖北	2	2.45	43	8.13	5
湖南	1.40	4.76	32	2.94	3
江西	1.30	1.41	7.9	9.24	6
重庆	0.06	0.65	4.73	0.94	7
河南	0.44	0.61	8.3	7.10	8
四川	0.14	0.61	38.9	2.32	8

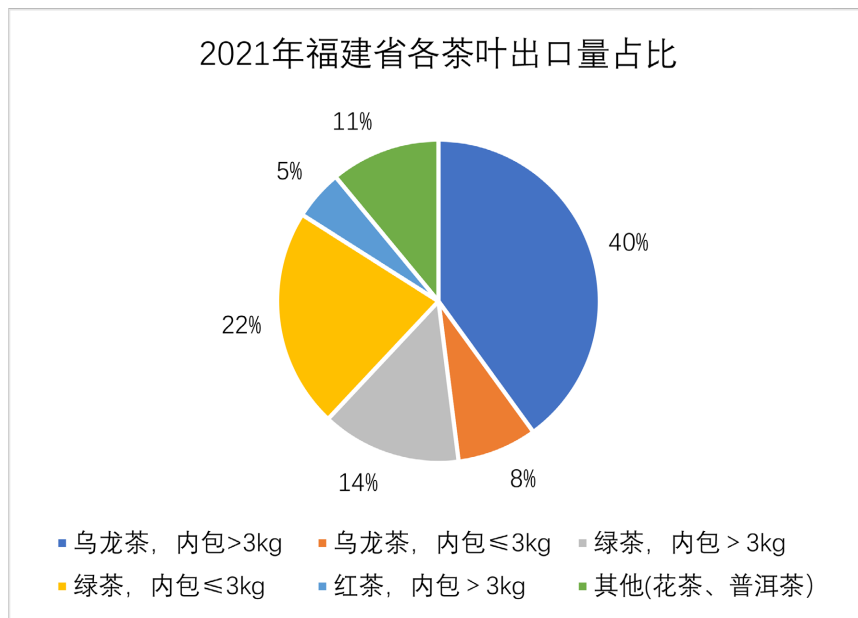
数据来源：中国统计年鉴。

茶叶产品用于出口，表现福建茶叶的出口比例相对较低，仍然存在着较大的出口发展空间。

2.2. 福建省茶叶出口商品结构

福建省主要出口的传统农产品之一就是茶叶[2]，以乌龙茶、绿茶、红茶、茉莉花茶、普洱茶等为代表。见图 2，直观清晰地展示了出口量最大的是乌龙茶，与其乌龙茶能够排毒养颜，加快新陈代谢的特点是分不开的。据悉欧美地区、日本每年都从福建进口茶叶，其中，日本人尤其喜欢喝乌龙茶，这与日本人的生活习惯也是密不可分的，在鼎盛期可以占据乌龙茶总出口量的 90%。

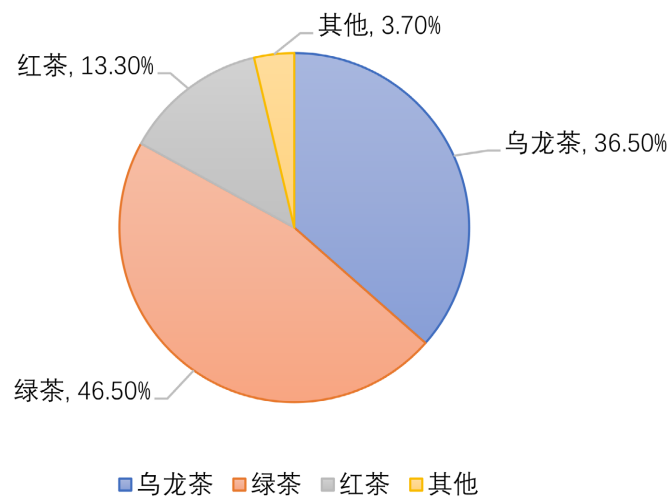
2021 年福建各茶叶商品出口额见图 3，各种茶叶的出口额大体上都保持着增长趋势。其他种类的茶



数据来源：2021 年福建茶叶网。

Figure 2. Commodity structure of tea exports in Fujian Province in 2021

图 2. 2021 年福建省茶叶出口商品结构



数据来源：2021 年中国茶叶出口贸易分析报告。

Figure 3. Exports of tea commodities in Fujian Province in 2021

图 3. 2021 年福建省各茶叶商品出口额

叶的出口额占比较低, 仅占总金额的 3.7%。福建省出口的其他茶叶中, 比较出名的有茉莉花茶、福建白茶、普洱茶等, 这些茶叶都有比较好的保健作用, 由于宣传和产品开发等方面不足, 以至于出口量较小。

见图 2 和图 3, 绿茶是 2021 年福建茶叶出口的第二梯队, 占据着超过 30% 的出口量和 46.5% 的出口总额。据悉福建省绿茶发展历史悠久, 主要出口马来西亚, 美国, 日本和非洲, 是福建各茶叶出口中销量最广的品种。应抓住其产量大, 技术成熟, 发挥自身优势, 开拓国际市场。福建花茶、普洱茶也占据着 11% 的出口份额, 虽然比重不高, 但仍然是福建茶叶中的一个重要部分。福建红茶的出口量相比于其他品

类的茶，是非常的微不足道。据茶农反映，红茶的出口国主要是欧美地区，主要出口的品种是正山小种，功夫红茶等。红茶的出口的地区比较集中，相对于其他种类茶叶生产成本低，并且有农药遗留等问题，都限制了茶叶出口。福建茶叶的种类出口占比不均衡，应从多方面促进茶叶的均衡发展。

3. 福建省茶叶出口竞争力影响因素分析

3.1. 生产要素

3.1.1. 基本生产要素

福建在基本生产要素方面的优势主要在于茶叶生产区生态地理环境优越，茶文化历史悠久，源远流长。福建省位于我国东南部，境内丘陵连绵不绝，多有山峰、盆地、河谷穿插其中，利于雨水的排泄；福建省处于北回归线附近，由于地形和季风环流的作用，所以属于亚热带海洋性季风气候，暖热湿润，日照充足，一整年的平均气温在 17 度到 21 度之间，且年平均降水量也处于 1400~2000 mm，有利于农作物生长；福建省总面积为 12.4 万平方公里，茶树的种植面积也在不断逐渐增长；福建省土壤多以红色土为主，土壤肥沃，呈酸性，适宜茶叶生产，而且茶叶发展历史悠久，经验丰富，福建茶叶也有其本身特色，这都将有利于茶叶的出口。

3.1.2. 高级生产要素

在生产技术方面，主要是福建省茶叶产业主要以家庭式作坊为主，因此茶叶生产的规模比较小。起初，福建省对于茶叶的加工，在预防病虫害、运输、储藏、生产等方面投资较少，生产设备落后，技术上仍然循规蹈矩。近年来，福建省在加工，出口等方面都加大了投入，但在生产方式方面仍保持传统。在生产自动化的使用上，与新兴国际产茶国仍无法媲美，存在较大的差距，且很多加工企业卫生不达标受进口国的限制。福建的茶叶出口主要集中在出口茶叶原料上，由于其产品的附加值较低、利润空间较小，在国际上没有竞争优势，很难形成品牌和规模。

在人力资源方面，福建茶叶的劳动者总体素质低下。福建茶农仍以家庭为主体，福建省茶叶出口的竞争力受到劳动者的素质影响。在乡村从事农业生产的，仅有文化程度不高的农民。这种生产者团体存在以下缺点：第一，学习新的生产方式能力较弱；第二，福建茶叶生产还没有“以市场为导向”和“以需定产”的生产经营现状，生产方式相对落后；第三，农民受教育程度较低，对市场反应较慢，缺乏获取信息的能力；第四，农民没有形成一个高效的合作组织。现在，福建省专业化的大茶园中已经有了专门从事茶叶种植的技术人员，不过规模还不够强大。福建茶叶产业要在今后的发展中从容应对国际竞争和挑战，需要大量添设高科技设备、引进高素质的人才。

3.2. 需求条件

从需求规模角度来看，福建省在需求规模上具有明显的优势。随着经济的不断发展，福建省的人均可支配收入有所增加。近年来，受全球新冠病毒流行的影响，人均可支配收入的增长速度略有下降。随着经济发展，福建省居民的消费水平也会随着全球的经济局势的逐渐好转而不断提高，而且，我国的人口大约有 14.11 亿[3]，对茶叶的需求量也比较大，这对于茶叶的发展有一定的增长潜力。

从需求结构和层次角度来看，福建省的整体消费处于低端层次，尽管福建省的经济发展颇为迅速，但从整体上来看人均收入和经济发展水平不高。福建省相较于其他省份来说，茶叶的发展仍存在着很大的增长空间。福建省居民需求处于从基本温饱到多样化需求过渡阶段，因此，这个阶段导致了低端产品比较多，高档产品比较少。此外，茶叶品质参差不齐，品种比较单一，同质产品较多，这些因素抑制了茶叶出口竞争力的提高。

3.3. 相关及支持产业

目前，与我国的产茶大省或新兴茶叶国家相比，福建茶叶产业所涉及的相关产业和支持产业却差强人意。第一，品牌企业和集团企业数量较为稀少，竞争优势不强，市场占有率低；第二，对于茶叶产品加工转化相对慢；第三，质量标准化和检验系统的基础设施建设相对落后，一些国家和地区的质量标准和检验制度相对成熟，而福建省才刚刚起步；第四，茶叶生产加工链短，技术水平低，导致茶叶产品竞争力相对薄弱。

3.4. 企业的策略

家庭联产承包责任制的经营形式在福建省茶叶产品的经营中效果甚佳，但也存在着一定的问题。福建省茶叶产业的发展受制于分散、规模较小的形式，造成产业链比较短、落后的销售模式、滞后的市场信息等弊端。目前，福建茶叶大都属于小作坊式的经营模式，没有品牌支撑力等问题，造成茶叶的竞争力程度很低。福建茶叶企业主要受以下因素影响：其一，茶叶经过初次加工，品质较低，加工过粗，包装劣质，以散装茶叶为主，尚未满足国际市场上的技术要求[4]；其二，缺乏对福建茶叶的品牌树立意识，竞争力弱；其三，福建茶叶产业对茶叶的技术投入资金力度不够，茶产业科研技术能力弱，创新能力不足，造成竞争力落后。

3.5. 政府政策

福建省政府十分重视茶叶发展，给予茶叶产业支持与发展。福建省政府为了促进茶叶产业的发展，先后出台了各项政策：一是扶植茶叶企业的发展，提高福建省茶叶产业的竞争力；二是加大对产业企业的资金支持力度，达到产业转型升级，延伸产业链条，使福建省由茶叶资源大省转向茶叶产业强省；三是建造绿色生态茶园，提高产品附加值，推进技术升级，达到企业的发展精深加工；四是加大茶叶政府政策宣传力度，传授茶叶企业进步的经验，达到规模化经营。由此可见，政府的政策扶持促进福建省茶叶产业的发展，使福建茶叶尽快地走向国门，实现高质量的发展，展现出福建茶叶的独特之处。

3.6. 机遇

为了提高福建省茶叶的出口竞争力，要敢于抓住机遇。首先，近年来，人们的收入增加，对食品安全的关注不断提高。茶叶是一种健康的绿色产品，被众多消费者所追捧，饮茶文化作为一种绿色时尚也逐渐兴起，福建省应该利用绿色消费理念，抓住高端消费者的消费心理，促进茶叶的销售；其次，跨境电商发展日益火爆，我国跨境电商主要以出口为主的发展蒸蒸日上，据调查显示，跨境电商的交易规模逐年上涨，2023年我国跨境电商的交易规模高达2.38万亿元[5]，为福建省茶叶产业的发展带来了机遇；最后，“一带一路”倡议的提出促进了中外文化的交流，为福建省茶叶“走出去”提供了路径。

4. 数字经济下提升福建茶叶出口竞争力的策略

4.1. 提高精加工技术，发展茶类衍生品

在数字经济时代，提升福建茶叶出口竞争力的关键之一在于深化精加工技术和茶类衍生品的创新。这不仅涉及传统的生产流程优化，更需要借助数字化技术的赋能。政府应该提供相应的扶持，鼓励茶企业进行科技创新，企业自身积极优化结构，转型升级，更新茶叶生产设备，鼓励培养优秀人才，使茶叶的质量更上一个台阶[6]。建议福建茶叶企业积极引入物联网(IoT)和人工智能(AI)，建立连续化、自动化的加工生产线，实现生产过程的实时监控与智能调控。通过大数据分析，可以精准优化提取工艺，提高

茶叶有效成分的利用率，进而开发出新型茶饮、日用品及功能性产品。从而最大化茶资源的利用效率。此外，福建独特的茶文化是其重要的无形资产。利用虚拟现实(VR)和增强现实(AR)技术，可以创新茶文化体验，如茶旅游、茶研学和茶博会等[7]，吸引更多国内外消费者。同时，通过云计算平台，福建茶叶产业可以学习借鉴其他主要产茶省份的先进技术和管理经验，推动多元化茶产品的开发，实现产业的技术创新和市场拓展。

4.2. 促进传统生产方式转型，推动数字生态茶园建设

为了提升福建茶叶产业的整体竞争力，必须加快推进传统生产方式的转型升级。建设完善生产、采摘、加工等环节基础设施建设，以机械工作代替人工作业，提高设备科技含量。发展茶叶类重点现代农业产业园和优势特色产业集群，打造以茶叶为主导产业的 40 个农业产业强镇和 200 个产业强村，形成闽茶产业“圈状”发展新格局[8]。在龙头企业的引领下，推动中小企业技术革新，实现茶产业与茶科技的深度融合。利用 5G、物联网和大数据等现代信息技术，实时监测茶园的生长环境，收集并传输数据至监控平台，构建完整的数据链条。通过数据驱动的管理手段，实现精准施肥、施药及病虫害防治，规范茶叶质量标准，降低生产成本并提高利润。为茶叶生产各环节提供精确的数据支持，强化茶园的科学管理，促进数字生态茶园的建设与发展。

4.3. 区域品牌和企业品牌捆绑，打造福建茶品牌

在数字化时代背景下，福建茶叶产业的发展应遵循“政府引导、大企业带动、中小企业协同”的路径。通过资金投入和政策扶持，建立品牌管理机构，并借鉴斯里兰卡成功的“国家地理标志 + 区域地理标志 + 企业品牌”管理模式，强化品牌建设的投资力度，完善品牌监管体系，并加大市场推广力度。利用数字化工具，如大数据分析、企业门户网站、微信公众号、微博、抖音等方式，也可以利用食安云等官方网络工具平台[9]可以有效提升安溪铁观音、武夷岩茶、平和白芽奇兰等区域公用品牌的知名度和市场影响力。通过大数据分析精准描绘消费者画像，对茶叶需求客户进行细致定位，实现市场营销的精准化。同时，利用社交媒体平台举办富有特色的品牌活动，不断延伸品牌的文化链条，以文化为引擎驱动品牌市场拓展，又以品牌发展反哺文化内涵的丰富，形成品牌与文化相互促进的良性循环，促进茶叶多元化推广，让福建茶叶真正走向世界[10]。同时重视知识产权，强化商标意识，同时，在此过程中，应高度重视知识产权保护，为福建茶叶商标权的发展保驾护航[11]。这一系列举措旨在深化福建茶叶品牌的国际影响力，推动福建茶产业在数字化浪潮中乘风破浪，实现高质量发展。

4.4. 发挥福建茶文化优势，针对性开拓市场

福建茶文化源远流长，具有深厚的文化底蕴和独特的文化魅力。借助“一带一路”倡议的宏观背景，利用数字媒体和社交网络平台，对沿线国家进行福建茶文化的精准宣传，从而提升其在全球文化场域中的影响力。构建融合“闽茶文化、采茶生活体验、休闲娱乐元素”的茶文化旅游线路，并结合虚拟现实(VR)技术，为潜在游客提供深度的文化沉浸体验。在海外设立茶文化交流中心，运用多语言数字媒体内容，深入讲述闽茶的历史与文化故事，以此增强其跨文化的吸引力。依托中国国际茶叶博览会、国际茶日等重要国际平台，结合大数据分析技术，深入洞察不同国家对茶叶进口品种的需求模式与消费偏好，实现市场的精细化定位。在此基础上，通过提升加工技术和优化产品结构，满足欧美等发达国家的市场需求，进而拓展利润空间。采用跨境电商模式，突破传统营销模式的局限，利用电子商务平台和社交媒体营销策略，拓宽销售渠道，提升市场覆盖率和品牌知名度。数字化手段的系统应用，不仅有助于闽茶文化在国内的传承与发展，也将在国际舞台上展现其独特的文化魅力与价值。

5. 总结

综上所述,在数字经济蓬勃发展的时代背景下,深入探索福建茶叶产业提升出口竞争力的策略,对于推动该省茶产业实现高质量发展具有举足轻重的意义。尽管福建茶叶产业凭借其悠久的出口历史、庞大的生产规模及多元化的出口结构,已在全球市场中占据了一席之地,但仍面临着茶叶生产效率不高、品牌国际影响力有限以及数字化应用基础薄弱等挑战。鉴于此,本研究针对性地提出了一系列创新策略:通过优化茶叶深加工技术,提升产品附加值;推动传统茶叶生产模式向现代化转型,增强生产效率与灵活性;实施区域品牌与企业品牌的协同发展战略,构建强有力的国际品牌形象;深入挖掘福建茶文化的独特魅力,作为提升产品文化附加值的切入点;并利用跨境电子商务平台的广阔舞台,加速茶产业的创新与数字化转型。这些综合策略不仅旨在直接提升福建茶叶的出口竞争力,更长远地,将有力促进该省茶产业出口贸易的持续健康发展,为福建乃至中国茶文化的国际传播与产业升级注入新的活力与动能。

参考文献

- [1] 金晶. 浙江省茶产业数字化改革进程与展望[J]. 中国茶叶加工, 2022(3): 6-10, 33.
- [2] 司若盈. 斯里兰卡茶产业对中国的启示研究[J]. 中国集体经济, 2020(22): 166-168.
- [3] 人民网. 第七次全国人口普查主要数据公布我国大陆共 14.1178 亿人[EB/OL]. <http://finance.people.com.cn/GB/n1/2021/0511/c1004-32099968.html>, 2021-05-11.
- [4] 林婷. 乡村振兴战略下福建茶产业的综合生态发展研究[J]. 福建茶叶, 2018, 40(10): 81
- [5] 光明经济. 海关总署: 2023 年我国跨境电商进出口 2.38 万亿元增长 15.6% [EB/OL]. https://economy.gmw.cn/2024-01/12/content_37086028.htm, 2024-06-12.
- [6] 汪艳. 绿色贸易壁垒下我国茶产品生产和出口的“绿色”发展路径研究[J]. 长沙大学学报, 2018, 32(2): 80-82.
- [7] 周林毅. 福建省茶叶产业出口国际竞争力指标分析[J]. 安徽农业科学, 2021, 49(1): 233-239.
- [8] 福建省农业农村厅. 福建省农业农村厅关于统筹做好“茶文化、茶产业、茶科技”这篇大文章推动茶产业高质量发展的若干意见[EB/OL]. <http://fjtea.cn/News/detail/id/37928.html>, 2024-06-01.
- [9] 饶玲丽, 王旎, PENG WANG, 等. 借助大数据打造贵州茶产品品牌研究[J]. 福建茶叶, 2018, 40(11): 24-25, 28.
- [10] 胡思茵, 林宝川. “一带一路”背景下绍兴茶叶企业转型跨境电商出口经营路径研究[J]. 电子商务, 2019(6): 35-37.
- [11] 吕宏晶. 茶产品的跨境电商发展策略研究[J]. 电子商务, 2017(6): 18, 38.