

贵州茶叶产业集群竞争力研究

——基于 GEM 模型*

李晓雪

(贵州民族大学 政治与经济管理学院, 贵州 贵阳 550025)

[摘要] 以近年来茶产业发展较为迅速的贵州省为样本, 利用区域产业竞争力分析模型 GEM 进行定量分析, 围绕基础、企业、市场 3 个维度评价贵州茶叶产业集群竞争力水平, 提出培育龙头企业、打造优质品牌, 加强创新能力、提高产品质量, 提升国内市场、开拓国际市场 6 个方面的措施推动茶叶产业集群高质量发展。

[关键词] 茶叶; 产业集群; 竞争力; GEM 模型

[中图分类号] F326.12 **[文献标志码]** A **[文章编号]** 1674-5639(2023)03-0042-08

DOI: 10.14091/j.cnki.kmxyxb.2023.03.007

国际经合组织(OECD)认为农业产业集群是一组在地理上相互临近的以生产和加工农产品为对象的企业和互补机构, 在农业生产基地周围, 由于共性或互补性联系在一起形成的有机整体。按照农业产业集群定义, 根据茶叶产业特点, 茶产业集群应包括种植、采摘、加工、包装、销售、茶文化、茶旅游等产业, 以及为其提供资源和服务的产业集合, 在空间上主要表现为具有茶叶资源优势的具体区域所形成的茶叶相关生产者、企业及提供支持服务的企业和组织的群体聚集^[1]。农业产业集群能够有效衔接第二和第三产业, 形成一、二、三产业有机融合的综合特色产业, 体现农业与工业互通、文化与旅游互促的综合功能, 地域性明显、经济性较强、文化性浓厚, 向着多元化和综合性方向发展。从国际上看, 以欧洲立顿、印度 TaTa 集团、英国红茶 Twinings 为龙头的红茶叶产业集群已形成规模, 具有较强的集群效应, 仅立顿 1 家巅峰时期就占据了全球茶叶市场的 10%^[2]。在我国一些茶叶产业发展较早的地区, 茶叶产业集群化发展的态势逐步显现, 除传统的种植外, 以茶饮料、速溶茶、抹茶、保健品和药物原料等茶叶深加工为代表的第二产业初具规模, 以茶旅融合、茶禅相融、茶器、茶具、茶馆等传统茶文化为主要内容的第三产业逐步兴起。2020 年, 福建、浙江、云南等省区茶叶产业集群综合产值均超过了 1 000 亿元^[3-5]有力推动了地方经济发展, 带动群众增收致富。作为我国传统优势产业, 推动茶叶产业高质量发展不仅能促进我国农业产业结构的调整, 带动地方经济发展, 增加农民收入, 助推乡村振兴战略实施, 也有利于培养居民绿色、健康的生活习惯。

贵州是我国主要产茶省区, 茶叶种植面积实现了 10 年快速增长, 2020 年位居全国第一, 毛干茶产量也位居我国前列^[6,7]。茶叶已成为仅次于白酒、烤烟的贵州第三大出口食品, 也是贵州省主要特色农产品经济作物之一^[8]。贵州省委、省政府把茶叶产业作为全省特色优势产业、乡村振兴重点产业, 全力推动茶叶产业做大做优做强, 呈现良好的发展态势, 在全国具有一定代表性。而对茶叶产业集群助推乡村振兴的竞争力开展研究, 有助于推动茶叶产业高质量发展。

1 贵州茶叶产业集群发展现状

贵州茶叶种植时间长, 但形成产业起步晚, 最近 10 年才进入黄金发展期, 在规模、效益、体系和品

* [收稿日期] 2022-09-26

[作者简介] 李晓雪, 女, 河北保定人, 贵州民族大学讲师, 硕士, 研究方向为农业经济、农业企业经济管理。

[基金项目] 贵州民族大学科研项目 (GZMZSK[2021]YB12)。

牌等方面都逐步实现后发赶超,茶叶产业加快发展,茶园规模化、标准化水平逐步提升,茶叶加工能力、品牌影响力不断增强,初步形成以绿茶为主导,红茶、黑茶、白茶、青茶为补充的茶产品体系。茶叶产业的快速发展,增强了地方政府、企业和茶农的信心。

据中国茶叶流通协会和贵州省2021年茶产业大会发布数据显示,截止2020年底,贵州茶叶种植总面积超过46.67万 hm^2 ,占全国的15.2%,居全国第1位;干茶产量43.6万t、产值410亿元,分别居全国第3位、第1位,带动14.82万茶农脱贫,提供了340万个就业岗位。茶农人均年收入达到12351元。湄潭、都匀、凤冈等11个县市进入中国茶叶百强县。茶叶加工企业及合作社达到5726户,初制加工生产线3443条,精深加工生产线338条。其中,贵茶集团、贵州阳春白雪茶业有限公司、贵州湄潭兰馨茶业有限公司等10余家企业被评为国家级重点农业产业化龙头企业,此外还有260家企业进入省级龙头企业行列。同时,浙茶集团、太古集团、联合利华等国际国内知名企业被引进贵州,采取开设分公司、合资建设、品牌输出等方式深度参与贵州茶叶产业发展。在茶叶展销方面,贵州省布局了太升茶城、湄潭中国茶城等一批产地茶叶交易市场,并在20余个省市建立茶叶连锁专卖店或批发市场。

品牌建设方面,贵州茶叶注重质量把控,已连续11年在国家组织开展的茶叶质量检测中,保持100%的合格率,并在提出茶园全面禁用除草剂,在国家禁用的62种农药基础上,率先全国将茶园农药禁用种类提高到128种,达到欧盟标准。作为贵州茶叶的主打产品,“贵州绿茶”成为农业农村部认定的全国首个以省为单位的绿茶类地理标志保护产品^[8],其2020年产量达33.55万t,占贵州全省茶叶总产量的76.95%。此外,2020年,贵州红茶产量8.09万吨,占全省茶叶总产量的18.55%,黑茶产量1.51万t,占比3.46%。形成了以绿茶为主,红茶、黑茶、白茶、青茶为补充的茶产品体系。“贵州绿茶”“都匀毛尖”“凤冈锌硒茶”“朵贝茶”等成功纳入中欧地理标志协定保护名录。

虽然贵州茶叶产业发展迅速、进步明显,但与浙江、福建、云南等传统茶叶产业强省以及周边湖南、四川等省相比,贵州茶叶产业税收贡献较小、与居前列的茶园面积不匹配,出口创汇有限、与茶叶产业规模不匹配,影响力品牌偏弱、与市场主体数量不匹配。

2 基于GEM模型的贵州茶叶产业集群竞争力评价

2.1 研究方法和数据说明

2.1.1 GEM模型及评价指标选取

GEM模型是由加拿大学者Tim Padmore和Harvey Gibson于1998年在迈克尔·波特的钻石模型基础上进行改进,提出的基于区域范围分析产业集群竞争力模型。该模型被广泛应用于产业发展分析研究。该模型由基础(Groundings)、企业(Enterprises)、市场(Markets)三大要素组成,每个要素下的2个因素互相组成因素对,每1个“因素对”设置下级评价指标,通过指标体系的设计和量化来评价产业竞争力^[9]。GEM模型,可以通过给3对6方面因素设置下级指标体系和给每项指标打分的方式,量化影响产业集群竞争力的因素,计算产业集群竞争力的得分,已被广泛应用于产业集群竞争力分析^[10-12]。

茶产业集群具有产业集群的共同属性,因此,其发展与一般的产业集群一样,要受到基础(G)、企业(E)和市场(M)因素的影响。在茶叶产业集群竞争力研究中心应用GEM模型,也包括3个“因素对”,6个影响因素。其中,基础因素对表示“因素对I”,含茶叶资源要素和基础支持2个因素,其核心是产业发展的基础;企业因素对表示为“因素对II”,其核心是生产因素,决定茶叶产业集群的生产效率;市场因素对表示为“因素对III”,关键是茶产业国内市场和国外市场2个因素,决定茶叶产业集群价值的需求要素。将模型中6个影响因素细化为成二级评价指标,形成24个茶叶产业集群竞争力评价指标。

2.1.2 GEM模型的量化

步骤1:先以世界范围的产业竞争标准对影响产业集群竞争力的6个因素赋值,具体分值和意义见表1。

步骤2:进行因素对计算和转换,按下式计算因素对分值:

$$(PAIR\ SCORE) = (D_{2i-1} + D_{2i}) / 2,$$

式中:PAIR SCORE表示因素对分值; D_{2i-1} , D_{2i} 表示各个因素的得分。

表1 GEM模型因素指标分值说明

因素级别	评分	意义
一级	10	非常优秀,世界顶尖水平,世界前三
二级	9	优秀,具有世界级的竞争力
三级	8	良好,在国内数一数二
四级	7	一般,在国内具有一定竞争力
五级	6	及格,略高于全国平均水平,优势不明显
六级	5	全国平均水平
七级	4	略低于全国平均水平,没有竞争优势
八级	3	明显低于全国平均水平有,还可能影响到整个产业集群的发展
九级	2	较差,远离全国平均水平,制约整个产业发展
十级	1	很差,严重阻碍整个产业的发展,距全国平均水平还有很大距离

步骤3:计算线性分值和最终结果评价标准,见表2.通过对集群线性分值的2次转换,GEM模型集群竞争力的量化表达式为:

$$GEM = 2.5 \{ \prod_{i=1,3} (D_{2i-1} + D_{2i}) \}^{2/3}.$$

表2 GEM得分评价标准

因素评分	GEM得分	竞争力级别
5	250	达到国内平均水平
8	640	在国内属于竞争力很强
10	1 000	世界级的

注:评分标准根据因素级别评分,利用GEM量化表达式计算而来,主要选取顶尖、良好、及格三个档次作为基本标准.

2.2 数据分析

1) 指标权重.选取贵州茶叶研究所、贵州大学、天福集团贵州店等机构中对茶叶产业发展长期关注的研究人员、副教授、企业管理人员等20人进行问卷调查,发放问卷60份,收回48份,对每个二级评价指标相对重要性进行打分.通过Yaahp软件,运用层次分析法,根据专家打分计算得到各指标权重(表3).

表3 贵州茶叶产业集群竞争力评价指标及得分

要素	因素	评价指标	指标权重	指标值	因素得分
基础	茶叶资源要素(D ₁)	地理位置及资源	0.476 4	8.21	7.26
		茶园面积	0.238 2	10.00	
		劳动力资源	0.181 6	5.56	
	基础支持(D ₂)	金融资源	0.104 5	1.67	5.86
		政府政策	0.269 3	7.27	
		交通设施	0.206 0	6.67	
企业	茶叶企业的结构、战略和竞争(D ₃)	行业协会服务水平	0.245 6	4.36	4.65
		营商环境	0.279 1	5.22	
		企业总数量	0.298 2	3.89	
	相关辅助行业的发展完善(D ₄)	全国百强茶企数量	0.210 8	3.33	7.34
		企业创新能力	0.11 00	6.11	
		品牌价值	0.381 0	5.56	
		干毛茶产量	0.445 7	8.89	
		产业融合度	0.164 4	1.11	
		科研与培训机构	0.105 1	4.86	
		种植聚集程度	0.284 8	9.44	

续表 3

要素	因素	评价指标	指标权重	指标值	因素得分
市场	国内市场 (D_5)	占国内市场份额	0.409 8	3.76	4.04
		网络销售情况	0.320 7	2.89	
		本地市场完善度	0.118 3	3.65	
		国内市场前景	0.151 2	6.77	
	国际市场 (D_6)	占出口市场份额	0.318 2	5.87	6.05
		产品出口创汇额	0.154 5	7.22	
产品出口前景		0.077 2	6.39		
		产品出口障碍	0.450 0	5.72	

2) 指标赋值. 为研究贵州茶叶产业集群竞争力, 本文对二级指标的赋值采取问卷调查与公开数据评分相结合的方式. 即对不易获取公开数据的 12 个二级指标在贵州省农业农村厅、贵州民族大学、贵州大学、贵州财经大学、贵州贵茶公司、贵州阳春白雪茶叶公司等政府、高校、企业进行问卷调查, 发放问卷 100 份 (50 人), 收回 87 份. 对能获取公开数据的 12 个指标利用全国同类指标排名进行赋值 (表 4). 主观打分与客观评价相结合, 减少主观评分的随意性, 增强评分的准确性.

表 4 可获取公开标杆指标数据

序号	评价指标	国内排名	指标值	序号	评价指标	国内排名	指标值
1	茶园面积	1	10.00	7	企业创新能力	8	6.11
2	劳动力资源	8	5.56	8	品牌价值	9	5.56
3	金融资源	16	1.67	9	品牌数量	9	5.56
4	交通设施	6	6.67	10	干毛茶产量	3	8.89
5	企业总数量	12	3.89	11	产业融合度	17	1.11
6	全国百强茶企数量	13	3.33	12	产品出口创汇额	6	7.22

注: 数据来源于中国茶叶流通协会、国家统计局等. 指标值以全国 18 个主要产茶省为参照, 排名第 1 满分为 10 分, 计算公式为: 指标值 = $10/19 \times (19 - \text{全国排名})$.

3) 数据计算

应用 GEM 模型对各指标得分进行计算:

因素得分等于对应的指标样本值与权重系数相乘, 同一因素下的指标与权重的乘积再相加.

3 对因素对得分如下:

$$\text{基础因素对} = (D_1 + D_2) / 2 = (7.26 + 5.86) / 2 = 6.56;$$

$$\text{企业因素对} = (D_3 + D_4) / 2 = (4.65 + 7.34) / 2 = 5.99;$$

$$\text{市场因素对} = (D_5 + D_6) / 2 = (4.04 + 6.05) / 2 = 5.05.$$

最终计算出产业集群竞争力得分:

$$\begin{aligned} GEM &= 2.5 \{ \prod_{i=1,3} (D_{2i-1} + D_{2i}) \}^{2/3} \\ &= 2.5 \{ (D1 + D2) \times (D3 + D4) \times (D5 + D6) \}^{2/3} \\ &= 2.5 \{ (7.26 + 5.86) \times (4.65 + 7.34) \times (4.04 + 6.05) \}^{2/3} \\ &= 250.82. \end{aligned}$$

2.3 结果分析

经过调研、计算、分析, 贵州茶叶产业集群 GEM 得分为 250.82, 略高于国内平均水平 (表 2), 说明有一定竞争优势, 但核心竞争优势不显著. 3 个因素对中, 基础因素得分最高而在企业和市场方面得分较低, 说明这两方面严重制约了贵州茶叶产业集群竞争力的提升.

2.3.1 茶叶资源分析

贵州茶叶资源要素得分为 7.37 分, 为 6 个要素中得分最高, 说明贵州在茶叶资源要素方面具有一定

的竞争力。贵州种植茶叶自然资源得天独厚,既是高海拔、又是低纬度,既多云雾、又无污染,全省均可种植,所产茶叶内含物丰富,品质优异,游离氨基酸和水浸出物两大指标尤为突出,绿茶样品游离氨基酸含量大多在4.0%以上,水浸出物一般在43%以上,内质好、耐冲泡^[13]。贵州劳动力资源丰富,有农村人口1800多万,位居18个主要产茶省区前列。贵州省委、省政府大力实施大生态战略,将茶叶产业作为脱贫攻坚的主打产业,不断改善农业生产条件,完善农村基础设施,将茶叶种植面积推向全国第1的位置,为茶叶产业集群发展奠定了坚实基础。但贵州金融资源不够丰富,据2021年安信证券发布的《金融资源盘点与省内城投支持—贵州篇》显示,贵州存贷款余额处于全国中下游水平,属地银行数量和资产规模也处于全国中下游,茶叶产业发展融资难、融资贵,一定程度阻碍了茶叶产业发展相关的精深加工、产品研发、茶旅融合等二三产业发展。

2.3.2 基础支持分析

基础方面得6.03分,其中交通和政策得分较高。交通方面,贵州有“西南大十字”之称,是西南地区重要的陆路交通枢纽,贵广、成贵、沪昆等高铁直通京沪广深等一线城市,在西部率先实现县县通高速,高速公路密度位居全国前列,村组全部通硬化路。此外,贵州有11个民航机场覆盖全省9个州市,开通了26条国际航线,通航的国际国内城市达200余个。政策方面,先后出台了《关于加快茶叶产业发展的意见》《关于加快建设茶叶产业强省的意见》,制定了《贵州省茶叶产业发展条例》《贵州省古茶树保护条例》等,此外,遵义、铜仁、都匀等地也纷纷出台了加快茶叶产业发展的政策的措施。省委省政府连续举办13届茶叶博览会,并将茶叶作为贵州优势农业产业打造,作为主要名片培育,为贵州茶叶产业集群发展提供了坚实保障。在行业协会服务水平方面得分较低,只有4.36分,参与问卷调查的企业、专家也反映相比福建、浙江、云南等茶叶产业发展较早地区,贵州茶叶行业协会组织规模小、影响力弱,对贵州茶叶产业发展整体支持还不足。在营商环境方面得5.22分,随着对外开放程度的加深和经济高速发展,贵州营销环境有了较大改善,从国家发改委发布的《中国营商环境报告2021》以及粤港澳大湾区研究院、21世纪经济研究院根据对全国300个城市营商环境水平的测算联合发布的《2020年中国296个地级及以上城市营商环境报告》来看,贵州与沿海地区以及周边四川、湖南等相比,主要城市营商环境均排名靠后,差距明显,不利于更多优强企业进入,同时也不利于培育出更多优质企业。

2.3.3 企业的结构、战略和竞争分析

截至2020年,贵州各类茶叶企业数量已达3万余家;8个品牌进入了2021中国茶叶区域公用品牌价值评估百强榜单,比2017年新增6个,品牌价值增加了2倍,品牌价值达175亿元。纵向来看,贵州茶叶产业集群企业及品牌发生了巨大变化,但横向相比,其与国内主要产茶省区还有一定差距。企业的结构、战略和竞争要素只有4.65分,低于全国平均水平,说明贵州茶叶企业竞争力不强。一是茶叶企业总量和百强企业数量均位于全国中游偏下,企业资产规模、固定资产、年销售收入等方面明显偏弱。中国茶叶流通协会发布的“2020年中国茶业百强企业排行榜”,仅贵州阳春白雪茶叶公司、贵州湄潭兰馨茶业公司两户企业上榜,且排名靠后。二是企业规模小经济辐射带动效应不明显,没有年收入上亿元的茶叶企业。三是品牌价值和影响力较弱。贵州品牌排名最高的都匀毛尖仅排在全国第12名,与西湖龙井、云南普洱、信阳毛尖等前三名的价值相差近30亿元^[14]。四是茶叶企业创新能力偏弱。在中国茶叶流通协会评选的十大创新企业名单中,连续3年未有企业入选,更少有“小罐茶”之类的现代营销品牌出现。因此,整体企业结构不优、品牌不强、创新不足,成为制约贵州茶叶企业竞争力提升的核心因素。

2.3.4 行业发展完善度分析

随着贵州茶叶产业的不断发展,一二三产业融合、上中下游产业衔接的关系基本形成。经过近年来的高速增长,2020年,全省茶叶种植面积稳定在约46.67万 hm^2 ,有11个县进入全国产茶百强县,数量排名全国第2。良好的生态环境也是贵州茶叶产业快速发展一大原因,利用天然资源主打健康品牌,有无公害绿色茶园20万 hm^2 ,占投产茶园的96%。干毛茶茶量39万t,农业产值410亿元,均位于全国第1,茶叶产业综合产值503.8亿元,位于全国第6,相关辅助行业的发展完善度得7.34分,在全国具有一定竞争力。但进一步分析发现,种植聚集程度和干毛茶产量得分高是拉高这一因素得分的主要原因,在产

业融合度和科研培训方面得分却较低,分别为1.11和4.86,均低于全国平均水平。以2019年为例,全省精制茶制造业税收收入308万元,仅占全国茶叶产业税收收入的1.5%;税收收入规模同浙江、安徽、福建、湖南等年税收收入超亿元省份悬殊较大。如,湄潭有“贵州茶叶第1县”的美誉,拥有茶园4万 hm^2 ,2019年全县茶叶产业实现税收收入366.07万元,同为著名茶产地的云南省勐海县拥有茶园5.836万 hm^2 ,同年实现茶叶产业税收高达3.9亿元。说明茶叶精、深加工企业不强,茶旅融合、茶文化等相关联的第三产业发展不足,反映贵州茶叶企业一定程度上存在沦为原料供应商的现象,不利于贵州茶叶品牌建设,更是降低了贵州茶叶价值和税收贡献,阻碍贵州茶叶的高质量发展。截至2020年,贵州拥有茶叶研究所、茶资源保护与高效利用以及茶叶产业创新发展中心等省级研究所和工程研究中心近10个,但与浙江、云南、福建相比,科研机构数量较少,科研实力还有待提升,对茶叶产业集群发展支撑作用发挥不足。

2.3.5 国内市场分析

国内市场得4.04分,除国内市场前景得分高于全国平均水平外,占国内市场份额、网络销售情况、市场完善度等三方面均得分较低。截止2020年底,贵州在长三角、珠三角、京津冀等地茶城、商业街、社区等地开设贵州茶经销门店637个,经销商代销点6629个,在大型茶叶连锁、商超系统等建立营销网点4141个,不断拓宽区营销渠道,有力促进了国内市场份额的提升^[15],但在网络销售渠道发展滞后如近5年全国线上茶叶销售均保持15%以上的增长,2020年线上销售额达280亿元,而《中华合作时报》发布的2020“双十一”茶行业类目排行显示,贵州无一线上店铺进入9大茶叶种类销售前十^[16],缺少如八马、艺福堂、大益、天福茗茶等线上线下融合的茶叶生产销售龙头企业。同时省内茶叶交易市场整体不足,与全国种植面积最大的茶叶资源不匹配,市场销售网络整体不完善,缺少大型茶叶销售平台。但基于良好的生态环境和质量管控,贵州茶叶具有品质和资源优势,未来具有极大发展潜力。

2.3.6 国外市场分析

从量化分析来看,贵州国外市场表现略好于国内市场,得6.05分。贵州积极引进联合利华、太古等一批国际企业在遵义、铜仁设立分公司,拓展美国、日本、欧洲、俄罗斯、摩洛哥等国家和地区市场。“贵州绿茶”等4个茶叶地理标志纳入中欧地理标志协定保护名录,在提升品牌知名度的同时,畅通了出口渠道。综合各地海关数据显示,2020年全国茶叶出口额20.38亿美元,排名前三位的省份为浙江约4.47亿美元、福建约4.15亿美元、安徽约2.78亿美元。贵州茶叶出口6577.7t,创汇2.31亿美元,占全国11.3%,出口收入为浙江的51.79%、福建的55.26%、安徽的82.5%。但总体看,贵州茶叶出口国际市场覆盖范围小,市场拓展不足。贵州茶叶出口销往的国家和地区仅20个,而全国茶叶出口销往国家有100余个,仅浙江省茶叶集团公司一家出口销售网络就遍及70个国家和地区。由于出口茶叶主要为散装或简装茶品,在产品包装上层次较低,贵州茶叶在海外市场名气不高,未形成品牌认知,亟待开发高端市场。同时,受本地配套资源不完善、产业链尚不成熟、缺乏操作熟练的进出口业务人员、能够办理国际结算的县级金融机构网点较少等影响,部分茶企被迫寻求省外企业合作,异地加工、贴牌出口情况较为普遍。

3 研究建议

从未来中国茶叶产业的发展看,应稳定种植面积,着眼于提高质量,增加茶叶产品的多样性,促进消费,增加出口,增加效益^[17]。贵州茶叶未来发展要在助推乡村振兴中体现更大作为,不再是扩大种植面积以量取胜,需要从粗放型走向精细型、从低端型走向高端型。提高贵州茶叶产业集群竞争力,核心在龙头企业培育和优质品牌打造,重点在加强创新能力和提高产品质量,关键是要提升国内市场,开拓国际市场。

1) 培育龙头企业。要重视龙头企业的引领和带动效应,加强招商引资力度,支持、培育、引进有全球战略眼光的企业家和团队,通过信贷贴息、用地保障、财政奖补等激励手段,培育一批龙头企业,支持龙头企业发展,鼓励龙头企业通过兼并、重组、投资等方式收购茶园和营销网络,扩大资源和市场占有率,增强融资能力。以龙头企业为引领,实现茶叶产业规模化经营,把分散的茶农组织起来,集约资

源、实现规模效应。产业优质资源结合科研团队、策划大师、农民专业合作社、茶农的合作，可建立强大的品牌创造联盟。

2) 打造优质品牌。贵州茶叶品牌应体现绿色生态的贵州优势，坚持差异化竞争的特点，避免同质化。应紧跟时代潮流，认真研究各地各民族饮食爱好，抓住全世界绿色饮料、茶饮人群呈上升趋势这一机遇，推出一系列紧跟消费潮流的产品，引领茶消费时尚。将茶产业与文化旅游产业结合，融入贵州风景名胜、特色建筑、民族活动和服饰等贵州特色。树立一流标准，打造一流品牌意识，以企业为主体，制定完善贵州茶叶品牌生产、加工、包装以及销售服务、品牌准入等标准。

3) 提高产品质量。要继续发扬贵州茶叶“绿色”“无公害”的高质量品牌特色，进一步加大无公害绿色茶园建设，加强科技创新，利用贵州大数据产业发展优势，研究建立质量管理大数据平台，构建茶叶企业质量管理、茶产品可溯源、茶叶企业诚信体系。要鼓励延伸茶叶企业经营链条，从传统单一的只搞加工或只卖茶叶走向种产销一条龙，建立全流程精细化管控措施，提升企业质量管控能力。

4) 加强创新能力。鼓励茶企与科研机构加强合作，研发新品种、新工艺、新产品，丰富产品类型和内涵，提升茶产品附加值和经济效益。如开展茶叶成香机理研究，培育特种香味茶树新品种；开发茶多酚保健品等茶叶延伸产品；可借鉴贵州苗、彝、仡佬等少数民族的“油茶”“娘娘茶”“擂茶”等传统特色茶食品，结合消费时尚以现代工艺打造茶食新产品。还可推出文化旅游产品，如拍摄以贵州茶叶为背景的影视作品；建设茶旅融合的精品产业带，与红色游、生态游、民俗游融合，打造名山名茶名泉名酒交相辉映的生态文化之旅；利用毗邻城镇的规模茶园建立经营性养生中心、养老公寓，打造贵州生态养长寿养老健康产业。

5) 抢占国内市场。以电视、广播、报刊、互联网为途径，宣传贵州茶叶品牌特色，如通过体育赛事、文艺活动、大型会议等展示茶文化，提升贵州茶叶大众知晓率。用好淘宝、京东、抖音等网络平台，开展“直播带货”“网红商品”等人气营销。在巩固国内一流超市、连锁店、批发市场的同时，建立贵州省自己的物联网和销售网，培育大型茶叶销售平台，促进国内市场占有率的提升。

6) 拓展海外市场。深挖海外市场潜力，拓宽出口茶叶产品结构，做强做优绿茶，形成绿茶为主、红茶、白茶等为补充的产品体系。提高产品附加值，逐步摆脱价格低、品牌差的传统印象。利用各种展览、推介及国际性会议，坚持传统渠道和网络渠道并进，积极拓展欧盟、东盟、一带一路沿线国家等新兴市场，主动向外输出品牌茶、茶文化。要完善本地配套资源，完善县级金融机构的国际结算服务。还应扶持进出口贸易产业，夯实进出口业务能力，促进贵州茶叶企业参与国际分工及加入国际大循环的进程。

[参考文献]

- [1] 郭欣旺, 李莹, 陈伟维, 等. 基于 GEM 模型的甘肃省定西马铃薯农业产业集群竞争力研究 [J]. 中国科技论坛, 2011 (3): 127-132.
- [2] 陈科. 基于企业品牌的中国茶业企业国际化战略问题研究 [J]. 企业研究, 2010 (22): 65-66.
- [3] 中国农业国际合作促进会茶产业分会. 十年辉煌答卷, 福建茶产业多项指标位列全国第一 [EB/OL]. (2022-09-05) [2022-09-10]. <https://www.capiaccti.org.cn/industrynews/9e1ec0ad6319613e000b6cd3074ec4d2>.
- [4] 浙江省人民政府. 力争5年内茶叶全产业链产值突破1500亿元 浙江全面打造美丽茶乡 [EB/OL]. (2021-12-21) [2022-09-10]. https://www.zj.gov.cn/art/2021/12/21/art_1554467_59176439.html.
- [5] 云南省国资委. 1001.4亿元! 2020年云茶产业实现综合产值千亿元目标 [EB/OL]. (2021-05-17) [2022-09-10]. <http://www.sasac.gov.cn/n2588025/n2588129/c18586399/content.html>.
- [6] 罗蓉, 王源. 黔茶出山走好高质量发展之路 [N/OL]. 贵州日报. 2021-07-18 [2022-09-10]. http://szb.gzrbs.com.cn/pc/cont/202107/18/content_23899.html.
- [7] 周林荣, 关晓溪, 张新. 基于比较优势指数法的贵州省区域茶叶产业发展形势与竞争力分析 [J]. 茶叶通讯, 2020, 47 (1): 128-134.
- [8] 徐嘉民. 贵州绿茶前世今 [N/OL]. 贵州日报. 2021-09-24 [2022-09-10]. http://szb.gzrbs.com.cn/pc/cont/202109/24/content_30942.html.
- [9] 秦宏, 陈旭. GEMS 模型框架下海洋渔业产业集群竞争力评价研究: 以青岛市为例 [J]. 山东大学学报 (哲学社会科学)

- 学版), 2015 (5): 15-23.
- [10] 波特. 国家竞争优势 [M]. 李明轩, 邱如美, 译. 北京: 华夏出版社, 2002: 29-164
- [11] PADMORE T, GIBSON H. Modelling systems of innovation: II. A framework for industrial cluster analysis in regions [J]. *Research Policy*, 1998, 26 (6): 625-641.
- [12] 刘金友. 产业集群竞争力评价量化模型研究: GEM 模型解析与 GEMN 模型构建 [J]. *中国软科学*, 2007 (9): 104-110.
- [13] 罗显扬, 张正秋. 贵州茶业发展的现状优势与对策 [J]. *贵州农业科*, 2009, 37 (7): 17-178.
- [14] 胡晓云, 魏春丽, 李闯, 等. 2021 中国茶叶企业产品品牌价值评估报告 [J]. *中国茶叶*, 2021, 43 (6): 21-36.
- [15] 国务院新闻办公室. 贵州举行第 13 届贵州茶产业博览会新闻发布会 [EB/OL]. (2021-04-09) [2022-09-10]. <http://www.scio.gov.cn/xwfbh/gssxwfbh/xwfbh/guizhou/Document/1702003/1702003.htm>.
- [16] 茗边. 2020 “双十一” 茶行业类目排行出炉 [N/OL]. *中华合作时报*, 2020-11-17 [2022-09-10]. <http://www.zh-hz.com/news.html?aid=1694683>.
- [17] 陈宗懋, 新时代中国茶叶产业的创新与发展 [J]. *农学学报*, 2018, 8 (1): 80-84.

Research on the Competitiveness of Guizhou Tea Industry Cluster: Based on the GEM Model

LI Xiaoxue

(Political and Economic Management Department, Guizhou Minzu University, Guiyang, Guizhou, China 550025)

Abstract: Take Guizhou Province, where the tea industry has developed rapidly in recent years, as a sample We did the quantitative analysis using the regional industrial competitiveness analysis model GEM, which evaluated the competitiveness level of Guizhou tea industry cluster from three parts of foundation, enterprise and market. The result of study is promoting the high-quality development of tea industry cluster via six approaches, which include cultivating the leading enterprises, building high-quality brands, strengthening innovation ability, improving product quality, promoting the domestic market and exploring the international market.

Key words: tea; industrial cluster; competitiveness; GEM model

(责任编辑: 陈伟超)

(上接第 27 页)

- [8] 高洁. 烟草商业企业供应链数字化体系建设研究 [J]. *中国市场*, 2021 (7): 172-173.
- [9] 蔡金花, 胡家木. 区块链在卷烟供应链体系构建中的应用 [J]. *物流工程与管理*, 2017, 39 (6): 89-90.
- [10] 刘凯, 卢鑫, 吴箭, 等. 基于区块链的烟叶全程数字供应链质量溯源关键技术研究 [J]. *西南民族大学学报 (自然科学版)*, 2021, 47 (6): 650-657.

Research on Information Supervision Mode of Tobacco Supply Chain Based on Blockchain

LI Baolong, ZHOU Shengshi, WANG Qingqing

(School of Management Engineering, Qingdao University of Technology, Qingdao, Shandong, China 266525)

Abstract: In view of the upstream link of tobacco supply chain information subject changes, information management is not unified, information transmission efficiency is low. Combined with blockchain, big data and other related technologies, the information supervision mode of the upstream link of the tobacco supply chain is constructed. Based on the management of tobacco cultivation service cooperatives, the information of each link of the upstream link of the tobacco supply chain is unified management, which greatly improves the transparency, security and real-time transmission of information. Through this model, the relevant regulatory department can real-time monitor the flow of information of the supply chain upstream and the production situation, timely deployment of control, not only can achieve the quality traceability management of tobacco, can also realize tobacco information standards and regulation of supply chain upstream, better play to the functions of regulatory and thus improve the efficiency of the tobacco supply chain management.

Key words: tobacco supply chain; blockchain; information supervision; smart contract

(责任编辑: 陈伟超)