

广西六堡茶产业发展SWOT分析与建议

陈雄

广西财经学院

DOI:10.12238/ej.v8i9.2947

[摘要] 本文选取广西六堡茶产业为研究对象,基于SWOT分析框架,系统分析六堡茶产业发展的内外部环境,并提出针对性建议。首先,文章分析广西六堡茶产业发展的具体情况;其次,从优势、劣势、机会、威胁四个方面分析广西六堡茶产业发展的内外部环境;最后,文章从构建核心竞争力、突破发展瓶颈、多元发展、增强抗风险能力等角度,提出一系列针对性的建议。

[关键词] 广西六堡茶; 产业发展; SWOT分析

中图分类号: F121.3 **文献标识码:** A

SWOT analysis and suggestions for the development of Liubao tea industry in Guangxi

Xiong Chen

Guangxi University of Finance and Economics

[Abstract] This study focuses on the Liubao tea industry in Guangxi, employing the SWOT analysis framework to systematically examine its internal and external environments while proposing targeted recommendations. The paper first analyzes the current development status of Guangxi's Liubao tea industry. Subsequently, it evaluates the industry's internal and external conditions through four dimensions: strengths, weaknesses, opportunities, and threats. Finally, the research provides actionable suggestions including building core competitiveness, overcoming developmental bottlenecks, pursuing diversified growth strategies, and enhancing risk resilience.

[Key words] Guangxi Liubao tea; industrial development; SWOT analysis

引言

茶产业大有前途,统筹做好茶文化、茶产业、茶科技大有可为。然而,广西六堡茶产业发展仍面临诸多问题,亟须通过系统性分析与策略优化实现高质量发展。

1 广西六堡茶产业概况

六堡茶属黑茶,原产广西梧州市苍梧县六堡乡。2011年获批国家地理标志保护产品;2020年“梧州六堡茶”注册地理标志证明商标,且入选《中欧地理标志协定》第二批保护名录;2022年,其制作技艺列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录。历史上,六堡茶是广西重要贸易品,经茶船古道远销海外,以独特品质及消暑祛湿功效受东南亚华侨喜爱,为著名“侨销茶”。

截至2024年底,广西六堡茶产业茶园面积突破40万亩,茶产量近4万吨,创历史新高;综合产值超250亿元,涵盖种植、加工、销售、文旅等全产业链环节;区域公用品牌价值达49.73亿元,位居“2024年中国茶区域公用品牌价值TOP20”第13位;产品出口到“一带一路”沿线国家,国际影响力持续提升。

2 内外部环境(SWOT)综合分析

2.1 优势(S)

独特的地理标志与生态禀赋。六堡茶核心产区位于北纬23°-24°亚热带季风区,年均气温21.2℃,年降水量1500-1800mm,森林覆盖率75%,红壤富硒锌,且pH值在4.5-5.5之间,极适宜茶树生长。2008年获国家地理标志保护,覆盖15个乡镇。独特生态造就其“红、浓、陈、醇”特质,茶多糖含量较普通黑茶高12%,茶氨酸达2.8%,兼具品饮与养生价值。

深厚的历史文化与非遗工艺。其制作技艺包含16道工序,“冷水渥堆发酵”“竹篓窖藏陈化”等核心技艺形成了独特的“槟榔香”“陈香”,2022年入选联合国非遗名录。作为连接中外的文化符号,六堡茶与东南亚华人文化深度融合,在东盟地区形成特色茶俗。

政策体系与产业规划的强力赋能。政策支持体系完善,国家层面纳入“十四五”农业规划及大湾区纲要;广西设1亿元专项资金,提出2025年综合产值破300亿元目标;梧州出台产业集群规划,建设产业园、交易中心及配套设施。

东盟市场的区位优势与贸易基础。广西依托西部陆海新通道,通过北部湾港“海铁联运”至东盟港口,运输时间缩短30%。

RCEP实施后东盟关税大幅降低,2023年出口量1.2万吨、增长28%;东盟3000万华人华侨形成稳定消费群体,奠定市场基础。

2.2 劣势(W)

产业链条短窄,附加值提升受限。产业以“种植-初加工-销售”为主,深加工产品占比仅20%,茶梗茶末利用率不足30%;价值链分布失衡,茶农收益占比<20%,流通环节占50%,呈现“两头弱、中间强”格局。

品牌影响力不足,市场认知局限。“梧州六堡茶”品牌价值不足普洱茶的60%,北方市场认知度25%,全国性渠道铺货率<10%;产品同质化严重,散茶/饼茶占主导,缺乏针对年轻群体的时尚化产品。

专业人才短缺,技术创新滞后。全产业链20万从业人员中,制茶工程师/品茶师不足5000人,非遗传承人仅37人;科研平台仅10个,成果转化率20%,陈化技术、益生菌培养等关键领域未突破,导致批次品质波动。

标准化程度低,质量管控薄弱。种植环节有机肥使用率60%,农药残留超标率5%,欧盟标准为0.1%;加工环节30%企业未实现自动化发酵,陈化周期不稳定;流通环节缺乏统一的等级标准,消费者难以辨别。

2.3 机会(O)

全球健康消费升级与黑茶品类扩容。全球功能性食品市场规模2025年将达2200亿美元,六堡茶的益生菌发酵特性使其在肠道健康等领域潜力巨大,其茶黄素含量达1.2%,高于普通黑茶。同时,全球黑茶市场规模2023年达180亿美元,预计2030年达300亿美元,六堡茶作为黑茶重要分支,有望分享品类增长红利。

文旅融合与茶文化体验经济的兴起。梧州市推出茶船古道探秘之旅,2023年接待游客120万人次,带动旅游消费8亿元。六堡镇建设茶乡民宿集群,人均消费超普通乡村旅游2倍。此外,联合故宫文创等推出“六堡茶×非遗”联名礼盒,2023年限量款礼盒销售额突破1500万元。

国家战略支持与乡村振兴的政策东风。在乡村振兴战略支持下,六堡茶产业享受“一村一品”等政策,2023年获中央财政衔接资金1.2亿元。依托“湾企入桂”行动,引进广东茶企投资深加工项目。在国内大循环背景下,六堡茶进入粤港澳大湾区、长三角市场,2023年在深圳山姆会员店超市铺货率达80%,高端礼盒装销售额增长35%。

RCEP政策红利与东盟市场深度开拓。RCEP成员国间90%以上货物贸易零关税,六堡茶进入东盟市场的关税大幅降低,2023年马来西亚进口六堡茶关税减免达1200万元,价格竞争力提升10%。中国-东盟自贸区3.0版谈判完成,企业可设海外仓,缩短交付周期,降低库存成本。东盟华人社群对六堡茶有文化认同,2023年印尼、泰国新增10家体验馆,带动当地消费增长25%。

2.4 威胁(T)

国内黑茶市场竞争激烈。安化黑茶依托“中国黑茶之乡”品牌,年综合产值超六堡茶;云南普洱茶占据高端市场60%份额,价格是六堡茶的2-3倍;湖南、四川等地低价产品抢占低端市场,

导致六堡茶在西北边销市场份额下降;新兴年轻化品牌分流年轻消费者,六堡茶在年轻群体中认知度较低。

气候变化与自然灾害频发。梧州年均受台风影响2-3次,2022年“木兰”台风导致5万亩茶园受灾,经济损失1.2亿元;2023年春季低温阴雨天气使春茶减产15%,鲜叶价格上涨;全球变暖致虫害加重,病虫害防治成本增加,部分茶园农药残留超标风险上升;茶园土壤退化,增施有机肥导致每亩成本增加。

消费者偏好变化与市场波动影响。随着功能食品市场多样化,对六堡茶在养生茶市场的份额造成冲击;经济下行致六堡茶中端产品销量增长,而高端产品销量下降,利润压缩;年轻一代对传统茶文化兴趣降低,更偏好咖啡、奶茶等即时饮品,2023年调研显示,仅7%的年轻一代将六堡茶作为日常饮品,低于绿茶和红茶。

知识产权保护与品牌仿冒危机。非保护区生产的“六堡茶”充斥市场,多地企业使用模糊宣传误导消费者;工艺仿冒导致品质参差,消费者投诉量增长,损害六堡茶整体声誉;海外市场出现“六堡茶”相关域名和商标被抢注的情况,影响品牌国际化布局。

3 广西六堡茶产业发展的建议

3.1 强化优势,构建核心竞争力壁垒

加强地理标志保护与生态茶园建设。对保护区进行精细化管理,划定核心保护区,实施茶园生态修复,推广复合种植,提高有机肥使用率,控制农药残留超标率;加强地理标志数字化监管,建立地理标志大数据平台,结合卫星遥感和区块链技术实现“一茶一码”溯源,严禁非保护区使用“六堡茶”名称。

传承非遗工艺与完善标准化生产。实施非遗传承人培养计划,设立非遗传承基金,培养年轻学徒,开设职业院校非遗传承班,培养兼具传统工艺与现代技术的复合型人才;制定标准化生产规程,统一萎凋时间、渥堆温度、陈化湿度等关键参数,提高规模企业标准化生产覆盖率。

把握政策红利,推动区域协同发展。整合政策资金,统筹乡村振兴、工业强桂、开放合作等专项资金,重点支持茶园改造、加工升级、品牌建设、物流仓储;加强粤桂产业协作,共建产业联盟,引进广东茶企投资深加工项目,利用大湾区的电商运营、品牌策划优势拓展销售渠道;深耕东盟市场,设立东盟海外运营中心,配备本地化团队负责市场推广、物流配送、售后服务,提高在东盟市场的销售额。

3.2 补足劣势,突破产业发展瓶颈

延伸全产业链与开发高附加值产品。建设深加工产业园,重点引进茶多酚提取、速溶茶粉等项目,提高深加工产值;综合利用副产物,与高校合作开发茶梗膳食纤维,用于食品添加剂、日化产品,提高副产物利用率,增加产值;创新跨界融合产品,可以推出“六堡茶+”养生茶包、茶月饼、茶味冰淇淋等,提高跨界产品销售额。

升级品牌与提升市场认知度。举办六堡茶文化节,联合央视、新华社等主流媒体宣传,提高曝光量;在《中国国家地理》

《茶世界》等杂志推出六堡茶专题报道,提升高端圈层认知;培育企业品牌,筛选重点企业给予品牌建设补贴,支持其参加上海茶博会、北京国际茶业展,培育全国性品牌;打造年轻化品牌,采用新媒体营销触达年轻群体。

加强人才培养与科技创新。通过校企合作育才,与高校共建产业学院,开设制茶工程、茶文化与营销、茶学等专业,开展订单式培养,输送专业人才;依托广西六堡茶工程技术研究中心,联合中国农科院茶叶研究所开展“陈化机理”“益生菌筛选”等课题攻关,设立科研基金,突破关键技术,提升成果转化率。

优化质量管控体系与物流基础设施。加强全链条质量监管,建立质量大数据平台,整合茶园监测、加工记录、流通数据,实现质量问题可追溯、可召回;引入国际第三方检测机构,提高出口产品检测覆盖率和内销产品抽检率;建设冷链仓储网络,在梧州、南宁、北部湾港建设专业窖藏仓库,在东盟主要港口设立海外仓,提高仓储容量和陈化效率;控制物流成本,开通海铁联运专线,降低物流成本。

3. 3把握机会,开拓多元发展空间

细分健康消费市场与产品创新。功能化产品矩阵,可以推出益生菌六堡茶、抗疲劳茶等功能产品,提高功能化产品销售额;开发场景化产品,可以推出办公室即溶茶、运动型茶饮料,提高全国终端网点目标覆盖率;开拓高端定制服务,为企业客户提供窖藏定制服务,从茶园选地、采摘时间、陈化年份到包装设计全流程定制,增加定制业务销售额。

加强茶旅融合与茶文化IP打造。建设茶船古道核心景区,包括黑茶山生态茶园、非遗技艺展示馆、茶船古道历史博物馆、茶主题民宿群,提高年接待游客人次,增加旅游收入;开发文化IP,联合央视制作纪录片,增加全球播放量,开发茶主题桌游、手机游戏等,覆盖年轻群体,提高IP衍生品销售额。推出研学与沉浸式节庆活动,提升品牌文化附加值和旅游收入。

深耕东盟市场与国际化布局。在马来西亚、泰国设立合资公司,聘用本地团队负责市场推广和本土化运营,产品配方融入当地口味,推动产品本地化,提高本地化产品销售额;入驻东盟主流电商平台,开展跨境促销,提高跨境电商销售额;推动六堡茶纳入中国-东盟中医药标准互认体系,获得东盟健康食品认证,进入当地药店、保健品商店进行销售。

3. 4应对威胁,增强产业抗风险能力

实施差异化竞争策略与优化市场定位。聚焦“侨乡黑茶”

和“东盟通道茶”独特定位,强调六堡茶与安化黑茶、普洱茶的区别,主打“海上丝绸之路的味道”“东南亚华人的乡愁”,提高品牌联想度;明确价格带分层,构建高、中、低端产品分层,避免与低价竞品直接冲突;增加渠道差异化,在北方市场聚焦养生会所、中医馆渠道,在华南市场进入高端商超、精品茶馆等,提高各区域市场份额。

研发气候适应技术与创新农业保险机制。选育抗逆品种,与中国农科院茶叶研究所合作,培育抗台风、抗寒的六堡茶新品种并推广;建设气象预警与应急体系,比如建立气象预警中心,实时监测台风、低温霜冻等灾害,提前72小时发布预警信息;建设防雹网、灌溉蓄水池,降低灾害损失率;创新农业保险,比如开发六堡茶价格指数保险、气象指数保险等,政府补贴保费,提高参保率。

加强知识产权保护与建设品牌防伪体系。对地理标志进行司法保护,成立知识产权保护中心,联合市场监管局、公安局开展打假专项行动,建立侵权企业黑名单;应用防伪技术,推广防伪标签和数字验证,消费者可通过微信小程序验证真伪;加快布局海外知识产权,在RCEP成员国、欧美主要市场注册“六堡茶”商标,建立海外侵权诉讼基金,保障品牌国际化安全。

4 结论

本文基于SWOT分析框架,对广西六堡茶产业发展的内外部环境进行详细剖析,并在此基础上提出一系列的针对性建议,希望能为广西六堡茶产业的发展以及其他地区茶产业的发展提供参考。

[参考文献]

- [1]袁清泉,黄自德,潘剑扬.“一带一路”与文化自信:广西梧州地区六堡茶历史文化解析及传承路径研究[J].新楚文化,2024,(24):81-84.
- [2]郑带利.广西非遗茶文化与茶旅融合发展[J].福建茶叶,2024,46(07):84-86.
- [3]林少烽,邱瑞瑾,吴平.梧州六堡茶出口历史、现状及发展建议[J].中国茶叶,2024,46(07):62-69.
- [4]文琳,蒙莉,刘丽君.广西千亿元茶产业高质量发展探析[J].桂海论丛,2024,40(02):100-107.

作者简介:

陈雄(1999—),男,汉族,湖南益阳人,硕士研究生在读,助理会计师。研究方向:企业财务与会计。