

新化红茶品牌发展现状及高质量发展对策研究

左玉婷

湖南人文科技学院

DOI:10.12238/as.v4i1.1976

[摘要] 近年来,新化红茶发展迅猛。文章分析了新化红茶品牌发展的现状和存在的问题,提出新化红茶品牌高质量发展对策。

[关键词] 茶叶产业; 品牌; 发展思路

中图分类号: S17 **文献标识码:** A

Research on the Development Status of Xinhua Black Tea Brand and the High-Quality Development Countermeasures

Yuting Zuo

Hunan Institute of Humanities and Technology

[Abstract] In recent years, Xinhua black tea has developed rapidly. The article analyzes the current situation and problems of Xinhua black tea brand, and puts forward high quality development countermeasures of Xinhua black tea brand.

[Key words] Tea industry; brand; development ideas

近年来,新化红茶品牌建设初见成效,2018年新化红茶被评为湖南十大名茶,成功注册了中国地理标志证明商标,已经成为了全县区域公共品牌。然而,新化红茶在全国品牌知名度不高,品牌发展有诸多短板。通过对新化红茶品牌发展现状的研究,研究出新化红茶高质量发展的对策,有助于全县乡村振兴的开展。

1 新化红茶品牌发展现状

新化全县企业注册红茶商标32个,其中上梅红、梅山悠悠情、渠江红、柳叶眉、十八红、月光、红寒红等15个品牌获中国农业博览会、湖南茶业博览会、第八届国际鼎承茶王奖、中国亚太名茶等殊荣,2018年新化红茶被评为湖南十大名茶,成功注册了中国地理标志证明商标。

2 新化红茶品牌发展的优势

由于得天独厚的地理资源优势、各级领导的政策关怀、人力资源和旅游资源丰富等因素,近年来新化红茶的品牌发展优势凸显。

2.1地理环境优越。新化县位于湖南省中部偏西,雪峰山北段的东南麓,资水

中游。地处北纬 $27^{\circ} 31' - 28^{\circ} 14'$,东经 $110^{\circ} 45' - 111^{\circ} 41'$,为亚热带季风性湿润气候。其中,西北部雪峰山脉高耸,是新化红茶的主产区,这里常年云雾缭绕,水资源丰富,植被覆盖率高,土壤有机质富含微量元素,有机质含量高,非常适合红茶树的生长。因为新化丰富的水资源,茶树与林木共同生长,再加上有机耕种的模式,不使用化肥和农药,绿色环保无污染,这些得天独厚的条件造就了新化红茶的优良品质。

2.2政策支持力度大。几年来,由于省、市、县的重点扶持培育,新化红茶已成为了新一县一特,乡村振兴的重点扶贫产业。新化县人民政府出台了《新化县茶叶产业发展规划(2015-2020)》,成立了县茶叶产业开发领导小组。为了加强茶叶发展规划和建设的实施,保证茶叶产业开发工作的顺利进行,县委、县政府成立了以县委书记为顾问、以县长为组长,分管农业的副县长为副组长,相关单位负责人组成的“新化县茶叶产业开发领导小组”。2015年,《湖南省人民

政府办公厅关于支持娄底市资源型城市转型发展的实施意见》(湘政办发(2018)9号)提出,将新化县列入全省新一轮茶叶产业重点布局县,享受全省茶叶主产县待遇,一系列的政策红利为新化茶叶品牌的发展注入强心剂。

2.3人力旅游资源丰富。一是新化县是湖南省人口第一大县,人力资源丰富,新化红茶的主要产茶区所在乡镇虽然地广人稀,但是茶厂所在的加工区和营销区人口密集,有利于新化红茶品牌推广,再加上新化是全国知名的文印之乡,新化文印产业人遍布全国,新化人都喝新化茶,本身就是一种很好的广告效益。二是新化县是全国乡村旅游重点县,旅游资源丰富,辖区内有4A级景区3个,占娄底市的一半,新化县委、县政府注重茶旅融合发展,新化渠江源茶文化景区已经基本建成规模、天门雅天门已经成功升级为4A级景区,雅天茶文茶谷观光园等茶文化人文景观已经建成,与安化茶马古道接壤的大熊山国家森林公园也已经成为茶文化的推广基地。集合茶叶生产加工、休闲、观光、品

购、体验、养生于一体的茶旅精品路线热度越来越高, 广受欢迎, 有助于茶产业的新产业集群发展。

3 品牌发展存在的问题

新化红茶作为区域品牌, 在娄底市境内有很高的知名度, 但是在全省乃至全国范围内并没有声名鹊起, 这是由多种因素造成的。

3.1 加工生产模式较为粗犷, 集约化生产规模不够。新化县8.3万亩茶园, 老茶园就有4.5万亩, 老茶园品种老化, 产量低, 不具备市场竞争优势, 造成了很多老茶园的荒废: 新茶园3.8万亩, 大宝是个大部分是由各个茶企自主打造, 技术含量低, 规划不合理, 建园不合理。生产成本比石门等兄弟县市高出30%以上。与安化县相比, 安化县的茶园大多采取机械化生产、加工, 茶叶的价格可以根据市场需求从十几元到上万元不等, 但是新化红茶因为成本较高, 机械化水平低, 在价格区间上没有优势, 缺乏市场竞争力, 难以打开品牌知名度。

3.2 全国知名度不高, 品牌价值提升难。近年来, 由于精准扶贫和乡村振兴的大力支持, 湖南茶产业的发展如火如荼, 根据《2020中国茶叶区域公用品牌价值评估报告》安化黑茶在全国排名第8位, 品牌价值37.13亿元, 岳阳黄茶品牌价值18.78亿元, 全国排名第47位, 而新化红茶品牌从未上榜过全国百强, 如果长此以往, 一旦缺乏政府和政策支持, 有被市场淘汰的风险。

3.3 茶企茶产业协会融合度不高。由于公司质量开拓能力有限, 茶企和茶产业协会的融合度不高, 新化红茶的品牌推广主要依靠政府, 作为公共品牌要有独立的营销计划和策略, 专业的营销团队, 结合现在的网红经济模式, 加大创新宣传力度。但是, 现在新化的茶厂和茶产业协会相互之间非理性竞争, 标准不同, 质量良莠不齐, 没有拧成一股绳, 还比较浪费品牌资源, 茶叶企业融合发展的滞后性造成了新化红茶茶业做不大, 品牌提升难, 已经越来越制约新化红茶品牌的高质量发展。

4 新化红茶品牌高质量发展思路

建立新化红茶品牌高质量发展的运行机制, 集合营销策略、人力、旅游资源等各种优势, 打造全国知名茶叶品牌。

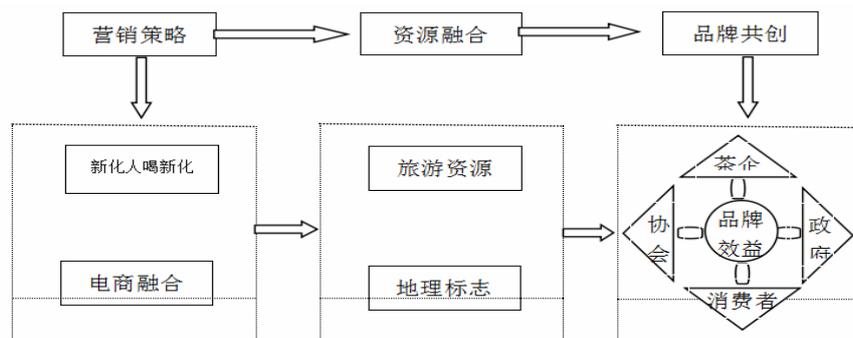


图1 新化红茶品牌高质量发展运行机制

4.1 提升营销策略。一是深入新化人喝新化茶的理念, 新化是人口大县, 人口近160万, 这本身就是一个庞大的消费群体; 再加上新化文印产业遍布全国, 利用这一优势开展文印产业与茶产业的销售融合, 开拓思路, 以文印广告的方式推广新化红茶, 事半功倍。二是运用淘宝等电商拓宽渠道, 运用网上直播等方式对茶叶采摘、加工、包装等生产制作过程予以曝光, 让消费者喝的放心。湖南湘耀农业有限公司从2020年4月开始在抖音和淘宝上直播销售新化红茶以来, 每天电商销售新化红茶1万多元, 效果初步显现。

4.2 资源高效融合。地理标志保护产品既需要生态绿色的自然资源, 也需要特殊而悠久的历史文化遗产, 保证地理标志保护产品的公共品牌声誉, 就要求在开发旅游资源实现茶旅融合的过程中, 不仅只开发地理资源, 还要实现辖区内各种资源的有效融合, 以茶旅融合为主, 带动其他旅游文化发展, 将茶旅文化丰富起来, 满足各种消费群体的需求, 使得旅游产业优势发展最大化, 延长产业链, 使得新化红茶的效益多元化。现在, 新化建成了一批茶文化产业园, 在将来, 打造属于新化红茶的特色产业园势在必行, 像涟源市的博盛生态产业园就是一个多元化的范例, 只有将地理标志和茶旅文化有机结合起来, 才能更好的实现品牌高质量发展。

4.3 品牌共创。品牌共创需要政府、企业、协会和消费者共同创建, 区域品牌的打造要耗费很大的人力物力, 需要全社会的广泛参与。在品牌共创的过程中, 各主体要分工合作, 政府政策支持, 企业要打造精品, 协会要维护市场秩序, 消费者要及时反馈数据问卷, 只有各自做好

本职工作, 把持通力合作才能集聚各方智慧, 构建品牌联盟, 联手打造区域品牌, 要实现新化红茶质的飞跃, 就要把概念转变为措施, 用品牌共创来提升产品的竞争力和认知度, 提升品牌的附加值。

5 结论与建议

新化红茶品牌的发展, 有助于提升其价值, 创造持续的品牌影响力与独特生命力, 为新化十四五规划建设和乡村振兴战略的实施提供动力。然而, 如何实现区域产品地理标志向全国品牌的提升, 还需要长期和探索和研究。

【参考文献】

- [1] 黄建明. 振兴娄底茶产业的对策[J]. 2020湖南茶叶科技创新论坛论文集. 2020, (11): 3-8.
- [2] 许晖, 薛子超. 区域品牌生态系统视域下的品牌赋权机理研究—以武夷山岩茶为例[J]. 管理学报, 2019, (8): 1204-1206.
- [3] 朱海燕, 朱诡帆, 刘蓉. 安化黑茶文化旅游资源与开发模式探研[J]. 中国农学通报, 2010, 26(13): 428-430.
- [4] 谢向英. 基于地理标志品牌成长的福建茶产业发展研究[J]. 福建农林大学学报(哲学社会科学版), 2011, 14(6): 26-28.
- [5] 胡晓云, 李闯, 魏春丽. 2020中国茶叶区域公用品牌价值评估报告[J]. 中国茶叶, 2020, (5): 24-38.
- [6] 廖翼, 张婕妤, 张国政. 农产品区域公用品牌对企业品牌发展的影响—基于湖南省茶叶产业的实证分析, 2020湖南茶叶科技创新论坛论文集, 2020, (11): 37-45.

作者简介:

左玉婷(1990--), 女, 汉族, 湖南双峰人, 本科在读, 湖南人文科技学院, 研究方向: 农村区域发展。