

坦洋工夫品牌资源整合的思考

王水金

(福建福安市茶业协会, 355000)

福安是中国茶叶之乡、历史名茶坦洋工夫的原产地。2006年福安市恢复坦洋工夫品牌建设以来,成绩斐然。然而,近年来,全国红茶发展迅猛,给坦洋工夫发展带来机遇的同时,挑战也在加剧。为进一步提升坦洋工夫品牌的影响力,在激烈的市场竞争中赢得先机,必须对现有资源进行整合,以实现坦洋工夫品牌的转型升级。

一、坦洋工夫品牌建设成效显著

2006年坦洋工夫品牌建设以来,获得多项荣誉。2011年中国茶叶区域公用品牌课题小组评估坦洋工夫品牌价值19.5亿元,为国内最具经营力品牌,位列红茶品牌第二名。《地理标志产品—坦洋工夫》国家标准获2011年省人民政府标准贡献奖一等奖。坦洋工夫是中国红茶领域内的第一个中国驰名商标、第一个红茶国家标准;拥有30亩中国坦洋工夫母种茶种植资源唯一保护区、9万多亩特有高香型茶品种茶园、2206亩世界上最大的桂花茶园。中国茶叶标准化委员会红茶工作组所在地。在2013年第二届中国品牌年会上坦洋工夫获“东方名茶金博奖”。

二、转型升级势在必行

坦洋工夫品牌建设所取得的成绩只能代表过去,要把握未来,必须认清当前形势。2013年坦洋工夫增长率只有



6.3%,不及全国茶叶的平均增长率(6.5%),更不及全国红茶的增长率(14.2%)。

1. 全国红茶产量逐年攀升

近几年,我国红茶产量增长迅速,都是以2位数增产。最近统计表明,由于很多地方加大了茶类结构调整力度,使绿茶增幅下降,其他茶类增幅上升,其中红茶增幅第二,但总量超增幅第一的黑茶。

各地的宣传报道凸显红茶生产形势看好,如日照、青岛、信阳市、祁门、新昌、宁波不同程度表明全国茶叶从北到南的“一片红”。

2. 红茶必须参与国际竞争

2012年底,国家关于三公经费管理的“国八条”政策出台后,高档茶、礼品茶销售低迷。品饮红茶是潮流、是时尚、是趋势。红茶贸易占全球茶叶贸易的75%。虽然国际贸易以红

生产、加工、销售各环节,执行统一的产品标准。完善县、镇两级茶叶技术服务机构和县茶叶安全监测检验机构,强化产品标准和产品质量监管。支持企业开展“三品一标”及质量管理体系认证,对获得认证的企业给予适当补助,切实提高全县茶产业标准化生产水平。支持企业引进新设备、采用新工艺、研发新技术、开发新产品,着力推进茶叶精深加工,实现茶叶春、夏、秋均衡开发。鼓励各类组织和单位积极开发超微茶粉、茶多酚、茶食品、茶饮料、茶保健品、茶具、茶艺术品等,延长产业链条。

四是加大宣传推介力度,树立茶叶名牌形象。按照政府引导、行业管理、企业参与、市场运作的原则,形成具有南郑地方特色的茶文化氛围。鼓励企业参加国内外有影响力的茶事活动,加大宣传推介力度,支持龙头企业实施品牌战略,注册自有商标,精心设计制作产品包装,充分运用市场开拓、宣传报道以及搜索排名等推广方式,努力将南郑茶产

品打造成国内外知名品牌,把南郑建成“汉中仙毫”的核心区。

五是加强营销体系建设,提高茶叶市场竞争力。鼓励和扶持龙头企业、购销大户和茶叶经纪人创新商业模式,到省内外开设销售网点,拓宽茶叶销售渠道,提高南郑茶产品市场竞争力。加强企业人才队伍建设,引进和培养一支懂经营、会管理的经营管理人才队伍,把产品优势转化为市场优势。

六是加大扶持力度,优化发展环境。紧抓省市扶持茶产业发展政策机遇,县财政每年筹措不少于1000万元专项资金,用于茶产业的发展。加快改善基础设施、壮大人才队伍、金融税收支持等工作。加强组织领导,建立县级领导、县直部门和技术人员包抓、帮扶、联系产茶镇制度,形成全社会关注、支持茶产业的良好氛围。

碎茶为主,但坦洋工夫与红茶碎茶只是“形异而质同”。坦洋工夫是条形茶,红碎茶是揉切成颗粒形碎片后发酵干燥而制成的红茶。红碎茶的初制毛茶经精制加工后产生叶茶、碎茶、片茶和末茶四类。我国红茶贸易不足世界的5%,发展红茶的潜力是巨大的。

三、资源整合的基础已经具备

当红茶刚恢复发展时,市场还处在发育阶段,可是迅速发展的红茶形势,容易使市场达到饱和。近年福安市认真贯彻《福建省促进茶产业发展条例》的规定,实施品牌战略、建设现代茶园、优化品种结构、发挥龙头作用、改造升级初制厂等,为转型升级打下基础。

1. 产业规模初具

福安市是国家林业局命名的“中国茶叶之乡”,农业部“全国无公害茶叶生产示范基地市达标单位”和“先进单位”,“全国绿色食品(茶叶)原料标准化生产基地市”。2013年全市毛茶产量2.80万吨,产值14.95亿元,商品总值35.85亿元,其中红茶产量8500吨,产值10.2亿元。全市现有登记注册茶叶企业263家,年销售额2000万元以上的规模企业40多家,其中全国茶行业百强企业7家,省级重点龙头企业6家,宁德市级20家,福安市级23家,茶叶专业合作社300多家。

2. 技术优势突显

福安的茶叶生产技术优势得天独厚,福建省茶叶科学研究所、宁德职业技术学院、宁德农业科学研究所均设在福安。福建省农科院茶叶研究所先后开展了200多项试验研究,取得130多项成果,荣获国家、部、省级等科技成果奖49项,其茶树优良新品种、高标准茶园建设技术与茶叶丰产、优质、高效栽培技术、生物农药及无公害茶树病虫害综合防治技术,为福安茶区茶业的可持续发展提供了有力的技术支撑,发挥了引领作用。以此为依托,福安开展了一系列茶技推广工作,建立茶技培训基地,每年举办技术培训班,开展茶产业高中级人才技能考核工作。已有各类高、中级茶叶加工技师、评茶师200多人,制定并出台茶叶标准10多个,成立了坦洋工夫红茶研究所、坦洋工夫推广中心、坦洋工夫研发中心等多家研究推广机构。

3. 营销网络健全

近年福安茶商在销区兴建了“上海大不同茶城”、“北京东郊茶城”、“山西坦洋茶城”、“济南茶城”、“大连茶城”等大型茶叶市场和设立了300多家茶叶营销网点,成为了坦洋工夫销售的大卖场,坦洋工夫通过这样的销售渠道源源不断销往全国各地。而加盟、连锁、电商的模式扩大了营销领域,如新坦洋公司通过资源整合,比原来“各自为营”时的销售渠道大了十几倍,品种也多了十几倍,同时实现了利润增长,达到了合作共赢的效果。销售模式的复制加剧了市场扩张,现销售坦洋工夫的加盟、连锁店已达4000多家。

4. 资本运作规范

福安的一些电机、船舶、房地产、物流、餐饮业等行业也斥资参与坦洋工夫生产营销,以发展工业的理念来发展茶业,“工业反哺农业”实现了“工农”结合,带动了茶产业的提升。据统计,坦洋工夫授权许可企业120多家,授权企业注册

资本金达3.3亿元,新注册授权茶企占授权总数的2/3,其中注册资本500万元以上的企业35家,获质量认证企业100多家,有5家企业进入省上市公司候选名单。同时,因为坦洋工夫是地理标志保护产品,为打坦洋工夫品牌,原来在外经商的茶商又返乡注册公司,开辟新茶园,形成产区与销区的互动,促进资本的良性循环。

四、坦洋工夫品牌资源整合思路

从区域性的行业竞争转向全国性、世界性的行业竞争,坦洋工夫品牌建设的资源整合已迫在眉睫。整合立足坦洋工夫品牌建设,以无公害茶叶生产为重点,标准化建设为载体,高香型坦洋工夫研发为切入点,依靠科技进步,实施名牌战略,壮大企业实力,增加茶农收入,做大做强茶产业。

1. 力量整合,加强领导

把有利于坦洋工夫发展的各种要素进行整合,加强领导,充分发挥各职能部门作用,并借助省茶科所、宁德职业技术学院、宁德市农科所的人才技术优势,从茶园生产、茶叶加工、市场营销、技术应用等层面,推动坦洋工夫再上新台阶。

2. 技术整合,强化攻坚

目前福安红茶生产在传统的基础上部分应用“金骏眉”、“一泡红”、“乌龙茶”和“武夷岩茶”的加工工艺,尚未统一规范,要开展在高香型坦洋工夫研发上的技术攻关,充分利用9万多亩高香型茶树品种优势,形成具有福安特色的坦洋工夫产品。在《地理标志产品 坦洋工夫》国家标准和《坦洋工夫红茶标准综合体》省地方标准的原有基础上对坦洋工夫茶的感官指标、分类分级、理化指标、质量特色指标等内容做进一步修订,占得市场先机。

3. 宣传整合,政府主导

以政府为主,继续安排专项资金,加大坦洋工夫宣传力度,在中央电视台、国家级报刊等媒体突出宣传坦洋工夫。纠正授权企业各自宣传的不足,进行适当整合。在平面广告、茶叶包装、店招设计、宣传资料等方面以“坦洋工夫”商标为主、企业商标为次,补助企业使用印制“坦洋工夫”的统一包装,营造良好的坦洋工夫宣传氛围。

4. 企业整合,龙头带动

福安市有省地市级三级龙头企业40多家坦洋工夫授权生产企业,其中有6家省级龙头,择其所长,进行适当的产业分工,发挥其龙头带动作用,带动品牌的整体提升。或侧重出口贸易实现创汇,或侧重有机茶研发实现品牌高,或侧重于茶旅结合实现绿色经济,或侧重资本经营实现上市目标,或侧重于茶文化运作提升软实力。初步建立集团为主的茶叶生态庄园示范点,带动形成一批集基地建设、生产加工、文化传播、旅游观光、品牌营销、形象展示为一体、个性特征鲜明的茶叶庄园,推动茶业向二、三产业延伸拓展,以此推动整个行业有序发展。

5. 基地整合,夯实基础

福安市现有茶叶专业合作社300多家,以“合作社+基地+农户”或“公司+合作社+农户”或“茶叶庄园”的合作联动产销形式推动基地建设,彻底解决茶叶农残问题。