

基于产业对标视角的桂平市西山茶竞争力提升研究

卢潇婷

广西师范大学 数学与统计学院，广西桂林，541000；

摘要：本文研究聚焦桂平市西山茶产业，运用数学与应用数学的方法深入剖析其竞争力状况并探寻提升路径。通过数据统计与对比分析，精准量化西山茶产业在规模、品牌、技术方面与六堡茶、八马茶业的差距，如种植面积、年产量、品牌估值、搜索量等数据对比鲜明。借助数学模型，规划土地整合、品牌建设、技术升级策略，预计实现规模化种植占比提升、人工成本下降等目标。研究表明，借鉴成功模式，补齐短板，实施规模化、品牌化、科技化发展战略，可有效提升西山茶产业竞争力，推动其可持续发展，为区域经济和文化发展提供有力支撑，也为数学与应用数学在农业产业研究中的应用提供了实践范例。

关键词：桂平市西山茶；产业竞争力；数学与应用数学；对比分析；提升路径

DOI：10.69979/3029-2700.25.03.077

引言

桂平市西山茶作为国家地理标志产品，在我国地方特色茶产业占据着独特的位置，桂平市西山茶不仅承载着地域文化的深厚底蕴，也是促进桂平市乡村振兴的重要产业^[1]。但是在现代市场经济的浪潮下，西山茶相较于其他地方特色茶面临着诸多挑战。广西的六堡茶以及全国知名的八马茶产业等成熟的茶产业，在市场中展现强大的竞争力。六堡茶通过“非遗+科技”的创新发展模式实现了产业化跃升，在国内外广受欢迎，而八马茶业凭借其优秀的市场化运作，构建了覆盖全国的销售网络系统，品牌知名度高，实现了全产业链协同发展。而西山茶的品牌建设、市场的知名度、市场份额、产业规模等均存在不足，与六堡茶、八马茶形成鲜明对比^[2]。因此，深入桂平市西山茶产业，对标六堡茶、八马茶业等成熟产业，探索其竞争力提升的有效路径，对于推动西山茶产业的可持续发展，实现区域特色农业的转型升级具有重要的现实意义。

1 桂平市西山茶产业发展现状与核心数据

1.1 产业规模与增长

根据数据显示桂平市西山茶 2024 年种植面积达 1.74 万亩（该数据由当地农业局提供，与互联网上提供的数据有差异），产量为 1069 吨，相比较于 2018 年的 1.2 万亩增长了 45%，16 年实现了正增长，2023 年干茶产量 1122.41 吨，它的产值为 4837.57 万元，同比增长了

32.36%。对于茶园分布来说，桂平市有 26 个乡镇，其中 13 个为重点产茶乡镇，形成以西山镇、金田镇、蒙圩镇为核心的产业带。在这多个重点产茶乡镇中，一共拥有 50 多家茶叶加工企业，其中中规上企业只有一家，产品或绿色食品认证 6 个，富硒认证 3 个，并且开发了茶饼，茶油果等衍生品，其余茶企业均为小型分散的种植，呈现出了“有产量缺规模”的现象，这种分散的种植方式限制了茶叶的产量提升，使得西山茶在面对市场需求的快速变化时，难以迅速做出有效反应，进一步制约了产业的发展壮大。

1.2 品牌建设与文化价值

西山茶又名棋盘茶、棋盘仙茗，是桂平市西山寺的绿茶，素有“山有好景，茶有佳味”之说。在《中国名茶志》广西篇中有陈爱新写有“桂平西山茶志稿”。西山茶条索紧细匀称，苗峰显露，色泽青黛，汤液碧绿，独具风味，被公认为绿茶中的上乘佳品。用西山乳泉水冲泡尤为清香爽口，提神消乏^[1]。西山茶除销产地外，还远销香港、澳门和南洋等地。2010 年 5 月 24 日，原国家质检总局批准对“西山茶”实施地理标志产品保护。2019 年 8 月 1 日，列入第六批贵港市级非物质文化遗产代表性项目名录。近年来，西山茶通过参展国际博览会，央视广告投放，直播带货等，提升了一定的知名度但是桂平市西山茶的品牌价值体现与六堡茶存在着巨大的差距^[2]。根据相关的评估数据，2024 年西山茶区域公用

品牌估值约为 1.2 亿元，但是同年的六堡茶的品牌估值高达了 68 亿元，西山茶品牌价值仅为六堡茶的 1.7%，造成这种差距的原因一个是西山茶在品牌宣传上的投入相对较少，宣传方式较为单一，缺乏了系统性和创新性。相比较而言六堡茶的品牌形象和文化内涵却通过了各类茶文化活动参加国内外茶叶展会，利用新媒体平台等多种方式进行宣传。这样子的行为差距导致了西山茶的产品在市场上的曝光度较低，消费者对其认知度和认同感不足^[6]。另外一个原因是六堡茶在品牌建设和管理方面形成了较为完善的品牌运营体系，从品牌定位到市场推广，都进行了精心策划的统一管理。相比之下，西山茶的品牌建设缺乏了统一的规划，品牌形象不够鲜明，产品质量参差不齐，影响了其品牌的整体形象和市场竞争力。

1.3 政策支持与创新模式

近几年来，桂平市当地政府高度重视西山茶产业的发展，通过提供产业奖补，技术培训，土地流转等政策支持，在 2023 年投入了 3800 万元建设茶文旅示范区，推动了桂平市西山茶“茶业+生态游”等新业态，旨在推动桂平市西山茶产业的发展壮大。这笔资金支持了茶文旅融合示范区的建设，通过整合了茶叶产业与文化旅游资源，打造了集茶叶种植，采摘，体验，茶文化展示，旅游休闲为一体的综合性示范区。通过此方式提升西山茶的品牌知名度和市场影响力。但是相对于梧州对六堡茶产业的支持力度相比存在着一定的差距，首先是梧州投入了大量的查产业专项基金使得六堡茶在产业基础设施建设，技术研发创新等各个方面都得到了更有力的支持。相比之下，西山茶产业的，资金使用效率和整体投入规模上有待进一步提高，以此更好的发挥政策支持对产业发展的推动作用^[9]。

除此之外，桂平市西山茶的产业中，目前，半自动加工设备的占比为 60%，仍有相当一部分生产环节依赖着人工的操作，人工操作虽然可以在一定程度上保证茶叶的传统风味，但是存在着生产效率低，人工成本高的问题。随着劳动市场的成本不断上升，西山茶产业的生产成本压力不断的增大，在一定的程度上削弱了西山茶的市场竞争力。

2 对标分析：西山茶与六堡茶、八马茶业的关

键差距

2.1 产业规模化与水平对比

指标	桂平市西山茶（2024）	梧州六堡茶（2024）	八马茶业（2023）
种植面积	1.74 万亩（农业局提供）	15.8 万亩	合作茶园 8 万亩
年产量	1069 吨	2.3 万吨	1.5 万吨（自有）
深加工产品	6 种	28 种	52 种

根据表格中的数据对比可知，桂平市西山茶的种植面积远远低于六堡茶和八马茶业，难以满足大规模的市场需求。而西山茶的年产量也远低于六堡茶和八马茶业较低的年产量，使得它在市场供应上相对不足，它无法充分发挥规模经济效应，增加了生产成本，却降低了市场竞争力。而在深加工的产品种类上，西山茶的深加工产仅仅只有六种，但是六堡茶和八马茶业的 28 种与 52 种相比，差距非常的明显。可知西山茶在深加工，产品开发方面的滞后，限制了其产业的发展潜力和市场竞争力的提升。

2.2 品牌市场化能力对比

根据百度的指数数据显示，西山茶的年均搜索量为 1.2 万次，六堡茶为 18.7 万次，八马茶业更是高达了 35.4 万次，这些数据均表明在消费者群体中，八马茶和六堡茶的知名度远远高于西山茶。八马以“高端礼品茶+大众消费茶”双线布局，西山茶虽开发红茶、黑茶等新品，但市场仍以传统绿茶为主，衍生品（如茶鸡、茶蛋饼）创新度不足。消费者认知度低表明西山茶在市场推广和品牌建设方面建设力度不足，需加大力度提高西山茶的曝光度和美誉度，从而吸引更多的消费者。

价格是产品价值的重要体现，也是品牌市场化能力的重要指标之一。桂平市西山茶的均价为 600 元/kg，而六堡茶陈茶的均价超过 2000 元/kg，八马茶业的明星单品“赛珍珠”单价更是超过 5000 元/kg。西山茶较低的溢价能力反映出其品牌在市场上的认可度相对较低，产品附加值不高。这可能是由于西山茶在品牌定位、产品品质提升、品牌营销等方面存在不足，导致消费者对其品牌价值的认知不够，愿意支付的价格也相对较低。相比之下，六堡茶和八马茶业通过有效的品牌建设和市场推广，提升了品牌的知名度和美誉度，增强了产品的溢价能力，从而在市场竞争中获得了更高的经济效益。

2.3 技术应用对比

技术应用是推动茶产业发展的重要动力，先进的技术能够提高生产效率、保证产品质量、提升产业竞争力。在这方面，六堡茶和八马茶业走在了前列，而桂平市西山茶则存在一定差距。

六堡茶在技术应用方面取得了显著成果，茶光互补发电和区块链溯源技术已覆盖 60% 的茶园。茶光互补发电技术通过在茶园上方安装太阳能发电板，实现了光伏发电与茶树种植的有机结合，既利用了茶园的空间资源，又为茶园生产提供了清洁能源，降低了生产成本^[3]。区块链溯源技术则为六堡茶的质量安全提供了有力保障，消费者通过扫描产品二维码，就可以追溯茶叶的种植、采摘、加工、运输等全过程信息，了解茶叶的品质和来源，增强了消费者对产品的信任度。

八马茶业在技术应用方面也不遗余力，引入了 AI 智能分选设备。该设备利用人工智能技术，能够精准识别茶叶的品质，剔除劣质茶，品控误差率低于 0.5%。这一技术的应用，大大提高了茶叶的品质稳定性，确保了产品质量的一致性，提升了品牌形象和市场竞争力。

相比之下，桂平市西山茶在技术应用方面相对滞后，仍主要依赖人工筛选茶叶。人工筛选不仅效率低下，而且由于人的主观因素影响，劣品率约为 3%-5%。这不仅影响了茶叶的整体品质，也增加了生产成本，降低了市场竞争力^[3]。西山茶产业需要加快技术引进和创新步伐，积极应用先进的种植、加工、管理技术，提升产业的现代化水平。

3 桂平市西山茶竞争力提升路径

3.1 规模化突破：从“分散种植”到“集群经营”

目前，西山茶的种植以分散的小规模种植为主，这种种植模式存在诸多弊端，如生产成本高、管理难度大、难以实现标准化生产等。为了改变这一现状，西山茶产业可参考六堡茶“企业+合作社+农户”的成功模式，推进土地整合，实现规模化种植。“企业+合作社+农户”模式通过企业的引领、合作社的组织协调和农户的参与，形成了紧密的利益共同体^[9]。企业在其中发挥着核心作用，负责市场开拓、技术研发和产品销售等关键环节；合作社则承担着组织农户、协调生产、提供服务等职责；农户通过土地流转、劳动力参与等方式，与企业和合作社建立合作关系，实现互利共赢。

在土地整合过程中，当地政府应发挥引导作用，出台相关政策鼓励农户将零散的茶园流转给企业或合作社。而且需要注意的是标准化是实现产业规模化发展的重要保障。为了提升西山茶的品质和市场竞争力，可以制定一套完善的《西山茶生态茶园建设规范》，涵盖种植、加工、仓储等全流程。

3.2 品牌差异化：打造“禅茶文化”超级 IP

桂平市西山茶拥有深厚的禅茶文化底蕴，这是其区别于其他茶叶品牌的独特优势。西山茶可以充分挖掘和利用这一文化资源，联合西山龙华寺推出体验套餐，也可以开发关于禅茶的文创礼盒，将文创礼盒设计融入禅茶文化中，可以通过事件营销，比如举办“中国禅茶文化节”等围绕禅茶文化和西山茶产业开展一系列丰富的活动。需要注意，对标六堡茶的茶船古道文化 IP 的传播效应。要对标六堡茶“茶船古道”文化 IP 的传播效应。“茶船古道”文化 IP 通过挖掘六堡茶的历史文化故事，打造了一系列与茶船古道相关的文化活动和旅游线路，吸引了大量游客和消费者的关注，提升了六堡茶的品牌知名度和市场影响力。西山茶在举办“中国禅茶文化节”时，应注重活动的策划和宣传推广，充分利用新媒体平台、传统媒体等多种渠道进行宣传，扩大活动的影响力^[5]。通过举办具有特色的文化活动，将西山茶与禅茶文化紧密联系在一起，打造西山茶的文化品牌，提升其在市场上的竞争力。

3.3 技术补短板：构建“数智化”产业生态

桂平市西山茶可以通过引用自动化萎凋机，激光色选机等先进设备替代目前的半自动加工设备，从而解决人工成本高的问题^[3]。但需要注意的是，在引进设备的过程中，政府和企业需要加大资金投入，通过财政补贴等多种方式鼓励企业购置先进设备。还可以通过在茶园中安装传感器等方式收集茶叶种植的环境数据，实现精准种植。并且依赖大数据平台的各个销售数据和行业报告，市场调研数据等，进行对其产业的调整与优化^[7]。

3.4 渠道革新：线上线下融合突围

在传统线下渠道方面，桂平市西山茶可借鉴八马茶业“高端门店+会员制”的模式，在北上广深等一线城市开设“西山茶文化体验馆”。这些城市经济发达，消费能力强，对茶文化有较高的认知度和接受度，是西山茶拓展市场的重要目标区域^[8]。

线上渠道是当今茶叶销售的重要增长点。西山茶应积极与抖音头部三农主播签订独家合作协议，借助主播的影响力和庞大的粉丝群体，推广西山茶产品。三农主播在抖音平台上拥有大量关注农业、农村和农产品的粉丝，他们的推荐和宣传能够快速提高西山茶的知名度和曝光度。

4 总结

本研究通过对桂平市西山茶产业竞争力的现状分析，并与六堡茶、八马茶业进行对标研究，得出以下结论：

西山茶产业虽然拥有优质的自然资源和一定的政策支持，但在产业规模化、品牌市场化和技术应用等方面与六堡茶、八马茶业存在较大差距。为了提升西山茶的竞争力，需要借鉴六堡茶“科技+文化”双轮驱动的发展模式，补齐规模化与标准化短板。通过土地整合和标准输出，实现西山茶产业的规模化和标准化发展，提高生产效率和产品质量；挖掘和利用禅茶文化资源，打造“禅茶文化”超级 IP，提升品牌的差异化竞争力；加大科技投入，引入先进设备和技术，构建“数智化”产业生态，提高产业的创新能力。

同时，应借鉴八马茶业的市场化经验，通过品牌差异化定位和渠道革新，打破“有品类无品牌”的困局。打造具有特色的品牌形象，满足消费者的个性化需求；拓展线上线下销售渠道，提高市场覆盖率和销售业绩。

参考文献

[1] 李民. 历史时期广西茶业研究[D]. 广西师范大学, 2

010.

[2] 杨艺媛. 广西富硒农产品品牌建设研究[D]. 广西大学, 2019.

[3] 王然. 潍坊市新型农业经营主体绿色农业技术应用意愿及提升策略研究[D]. 山东理工大学, 2023. DOI: 10.27276/d.cnki.gsdgc.2023.000917.

[4] 肖睿涵. 涟水县农业生产中物联网技术应用现状与对策[D]. 扬州大学, 2023. DOI: 10.27441/d.cnki.gyzd.u.2023.000945.

[5] 庄晓丹. 论整合营销传播工具在城市品牌建设中的运用[D]. 湖北工业大学, 2011.

[6] 侯泽华. CSMAR 数据库的品牌建设与营销策略[D]. 东南大学, 2021. DOI: 10.27014/d.cnki.gdnau.2021.005098.

[7] 朱阳. 利用互联网和体验经济促进茶叶消费的研究[D]. 浙江大学, 2017.

[8] 姚小冰. 中国茶产业的多功能性水平评价与影响因素[D]. 福建农林大学, 2022. DOI: 10.27018/d.cnki.gfjnu.2022.000485.

[9] 池云凤. 梧州六堡茶品牌市场调查与策略分析[J]. 中国茶叶, 2025, 47(01): 43-49.

作者简介：卢潇婷（2005 年-），女，汉族，广西贵港，广西师范大学数学与统计学院，研究方向：数学与应用数学，茶产业

基金项目：广西师范大学 2024 年大学生创新创业训练计划资助项目《桂平市西山茶产业发展现状调查与实施路径研究》阶段性成果（编号：202410602046）