

福建茶产业文化竞争力研究

吴声怡，赵金杰，李亮节，周义邦，张 梦

(福建农林大学 经济与管理学院，福州 350002)

摘要:随着茶产业国际化进程的不断推进,茶叶的市场竞争程度越来越激烈,福建传统的茶叶生产方式与产业组织形式已经逐步被市场所淘汰。如何增强福建茶产业的竞争力已经是个迫在眉睫的问题了。福建发展茶产业有着自身独到的优势,尤其是具有深厚的文化底蕴。本文就旨在探讨如何通过提升福建茶产业文化竞争力最终达到稳步提高福建茶产业区域竞争力的问题。

关键词:福建茶产业;文化竞争力;指标体系

中图分类号:C936 **文献标志码:**A **文章编号:**1671—1807(2011)06—0030—07

1 福建茶产业发展现状

1.1 福建茶产业生产现状

福建是历史悠久的产茶大省,在中国茶叶的生产和出口中都占有重要地位。自然条件得天独厚,茶类品种丰富繁多,区域内囊括六大茶叶类别中除黑茶、黄茶外的乌龙茶,白茶、红茶、绿茶的所有品种。乌龙茶是福建茶叶的主打产品,而安溪的铁观音和武夷岩茶是福建乃至全国最出名的乌龙茶种类。其中,安溪出产的铁观音素有“茶王之称”,品质优良的铁观音冲泡 7 次之后仍有余香,“美如观音重如铁”久负盛名,也因此冠以“铁观音”的名号。闽北的乌龙岩茶最为出彩的莫过于大红袍了,因其拥有特殊的“岩韵”和生津止渴、抗病提神的功效,康熙皇帝脱下红袍挂于茶树之上,“大红袍”之名便由此而来。红茶和白茶主要出产于闽东,正山小种、坦洋工夫、白琳工夫红茶和白毫银针等白茶也都久负盛名,各类茶种也都香高味醇,保健功效闻名遐迩。其中,正山小种早在 17 世纪就远销欧洲,成为英格兰皇室的皇家红茶。绿茶类的覆盖范围主要在福州、宁德、泉州、龙岩等地。其中最著名的当属石亭茶,此茶因其“三绿”和“三香”闻名,

外销于东南亚等地^[1]。

福建地区产茶历史悠久,自建国起来,该区域茶业的发展速度也是极其迅猛的。茶叶种植面积从 1952 年的 23 160 公顷增长到 2009 年的 194 840 公顷,茶叶产量从 1952 年的 4 900 吨发展到 2009 年的 265 700 吨。在十年内,红毛茶产量从 2000 年的 1 615 吨到 2009 年的 6 545 吨,绿毛茶从 2000 年的 72 431 吨到 2009 年的 109 187 吨,乌龙茶从 2000 年的 50 685 吨到 2009 年的 139 082 吨,福建茶业的发展是令人叹为观止的。

表 1 1952—2009 福建茶叶种植面积与产量

年份	面积(千公顷)	产量(万吨)
1952	23.16	0.49
1962	31.04	0.43
1978	94.15	2.03
1987	122.52	4.99
1995	132.04	9.45
1999	128.91	12.35
2002	133.35	14.33
2006	159.82	20.01
2009	194.84	26.57

资料来源:福建统计年鉴—2010

表 2 2000—2009 福建各类茶叶品种产量

项目	2000(吨)	2003(吨)	2005(吨)	2007(吨)	2008(吨)	2009(吨)
红毛茶	1 615	2 393	1 652	2 479	2 765	6 545
绿毛茶	72 431	80 919	88 923	101 978	108 278	109 187
乌龙茶	50 685	65 345	85 924	111 138	126 273	139 082

资料来源:福建统计年鉴—2010

收稿日期:2011—04—01

作者简介:吴声怡(1961—),男,福建沙县人,福建农林大学教授,博士生导师,研究方向:企业文化、文化产业管理、涉农企业管理,中国技术经济研究会会员号:I031600201S。

由上表可见,福建茶叶产量的增长速度尤其是近十年来是十分令人鼓舞的。特别是红毛茶的产量在2009年提升了一个很大的档次,这表明近十年来国家和地区对福建茶业的发展提供了很多的政策支持,当地人民对本地的特色产业也毫不放松。努力开拓,积极进取,为福建茶业的发展奠定了坚实的基础。但是从此表中显现出来的问题也是不容忽视的,茶叶单位亩产量在十年内并未有显著提高,并且各类品种茶叶的产量每年的增加幅度并未有质的飞跃。这表明,当前福建省茶叶产量增长的主要因素还是依赖基础要素的投入,福建省的茶叶企业因循守旧自身固有的茶叶生产技术,茶叶生产用地越来越多,但仍以中小型企业为主,难以形成规模效益,政府对茶叶生产机构的调整,对茶叶企业转型的投入力度还不够,这也

是摆在福建省茶业发展面前的一个瓶颈问题,应对这一问题也是任重而道远的^[2]。

1.2 福建茶产业出口现状

近十年来福建茶叶产量猛增,尤其是乌龙茶产量发展迅猛。但是从2001年开始,福建茶叶的出口量却呈U字形增长。2001年茶叶出口总量为20371吨,茶叶出口贸易总额为5175万美元。2001—2004茶叶出口总量呈明显下降趋势,尤其是2003年茶叶出口量比上年下降了21%。到2005年和2006年,福建省茶叶出口形势稍有好转,茶叶出口量也有明显的恢复,但2006年的茶叶出口总量为17397吨,出口贸易总额为4848万美元,仍没有突破2001年的数据水平^[3]。参照下图:(福建茶叶出口总量及各类茶出口情况)

表 3 福建茶叶出口综合及各类茶出口情况 吨 万美元 美元/kg

年份	统计量	花茶	绿茶	乌龙茶	红茶	普洱茶	合计
2001	数量	2 512	3 098	14 296	432	33	20 371
	金额	1 055	558	3 476	79	7	5 175
	单价	4. 20	1. 80	2. 43	1. 83	2. 12	2. 54
2002	数量	2 260	1 953	13 360	346	39	17 958
	金额	917	331	3 052	75	7	4 382
	单价	4. 06	1. 69	2. 28	2. 17	1. 79	2. 44
2003	数量	1 933	1 679	9 638	781	53	14 084
	金额	762	371	2 227	125	11	3 496
	单价	3. 94	2. 21	2. 31	1. 6	2. 08	2. 48
2004	数量	2 053	1 059	9 840	854	69	13 875
	金额	845	320	2 242	133	11	3 551
	单价	4. 12	3. 02	2. 28	1. 56	1. 59	2. 56
2005	数量	2 270	1 768	12 319	359	131	16 667
	金额	974	630	2 701	108	31	4 444
	单价	4. 29	3. 56	2. 23	3. 01	2. 37	2. 67
2006	数量	2 383	1 717	12 626	468	203	17 397
	金额	963	685	2 976	165	59	4 848
	单价	4. 04	3. 99	2. 36	3. 53	2. 91	2. 79

数据来源:福建海关统计年鉴

表 4 福建茶叶生产和出口情况 万吨 千万美元

年份	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
总产量	13. 39	14. 33	15. 02	16. 44	18. 48	20. 01	22. 39	24. 73
出口量	2. 04	1. 79	1. 41	1. 39	1. 67	1. 74	1. 78	2. 30
出口总额	5. 71	4. 38	3. 49	3. 55	4. 44	4. 85	5. 16	5. 28

由上表可以明显看出,虽然福建省茶叶年产量以高于10%的平均速度飞速增长,但是茶叶出口量所占比重却持续偏低,并在其间呈U字型增长,这便暴露了福建省茶叶出口现状的许多问题:诸如国际知名品牌少,无法在国外市场占据一席之地,出口产品附

加值低,茶叶科技水平低,茶叶农残量高等等问题。特别是在2006年以后,随着国外发达国家以保障人体健康为由,相继制定了苛刻的农残量标准,福建省茶叶的出口形势便愈加严峻。首先是日本在2006年实施的肯定列表制度,该制度中将进口茶叶农残量的

检测项目从原来的71项增加到276项,大幅度提高了进口茶叶的准入标准,让本身质量控制力度不强的附件茶叶更难走出国内市场。并且,欧盟在2000年和2008年相继退出了一系列进口农产品农残量标准,农残检测项目大量增加,对各种农残量的标准限制也更加苛刻,并且其中很多标准在中国目前的技术情况下是很难检测出来的。虽说国外茶叶市场有明显的技术性贸易壁垒倾向,但这也代表了当前农产品消费的一个总体趋势。就茶叶市场而言,随着人们生活条件的改善,安全健康意识也随之增加,绿色、健康成为当前人们消费的主题热点,尤其是针对茶叶这种重金属含量较高的产品,近年来国内外接连出现一系列食品污染和食品中毒事件,因此,国外市场以人体健康为由设定这一系列新标准也是不无道理的^[4]。当前,如何解决绿色贸易壁垒对福建省茶叶出口的影响是摆在福建省茶叶发展面前的一个关键问题。对该问题进行分析可以发现,绿色贸易壁垒的外部原因便是刚才所说的人们消费主题的改变,人们越来越倾向于消费绿色、无毒、无公害的产品,另一方面,日本和欧盟通过绿色贸易壁垒可以达到保护本土茶业的目的,在贸易日趋自由化的今天,一些国家仍然利用一些不平等的规章条例限制对福建茶叶的进口。当然,国外设置绿色贸易壁垒也有我们福建茶业深层次的内部问题。首先便是福建省茶叶本身就有的质量问题,我国正处在发展中国家进程中,公民的卫生健康意识还比较淡薄,国家相应的法规还未完善,统一的质量标准体系还未完全形成有效地机制,再加上技术问题,国内的质量检测标准根本赶不上国外的先进水平,因此,福建省茶叶在国际市场上的认可度差也就成了必然现象了。其次福建省茶产业生产规模较小,产业化程度不高也是一个亟待解决的问题。只有规模化、产业化才能标准化。要实现绿色产品战略,对茶叶中的微生物和重金属进行有效地控制,单靠小农户、小作坊生产时不可能实现的。只有建设茶叶生产基地,发展大规模生产经验,对选种、栽培、加工、包装一系列生产环节进行严密控制和操作,并进行大规模机械化生产,才有标准可言,才能实现福建省茶产业链条的合理化、规范化运转。但当前福建省茶产业的发展现状却是企业与农户分离,缺乏大型生产基地,农民没有龙头企业的带动,导致市场上茶叶品牌繁多,质量良莠不齐,难以形成规范化管理。还有就是福建省茶叶知名品牌太少,管理者品牌意识不够强,福建出产的各类茶叶都冠以名茶,一流茶叶的名号,假冒伪劣产品众多,缺乏国际知名的大品牌。

2 福建茶文化资源的挖掘

2.1 福建茶文化开发的局限

福建茶文化的发展有着良好的先天环境,但是发展到如今,文化的发展和开发就不单单是一首诗、一部曲的传颂所能带动的了。当前世界政治、经济都处于多元化时代,文化也相应地走出了多元化的路线,不仅仅只是我们单纯想象的历史资源才称之为文化资源了。文化的外在表现形式多种多样,这就要求福建茶业不能再因循守旧,不单单要对我们的企业进行深化改革,同时对文化的概念也要进一步革新。当前,我们对茶文化的开发还有很多制约因素。

第一,茶文化资源开发利用率较低。茶产品本身就是一种附加值较高的商品。并且福建地区在很久以前茶叶已经远销海内外。但是随着历史的推动,福建茶叶却没有很好的沿袭流传下来的历史传统,推广福建的茶文化。像前辈留下来的名胜古迹,有关茶叶的赋颂,很多仅仅是作为经典供游客欣赏、把玩,而不能将其深入挖掘,没有一个很好的理念将茶文化资源的挖掘与茶叶的销售紧密联系起来。究其原因,有关茶文化资源开发的人才培养力度不强,从政府到企业,往往关注的是茶叶技术人才的培养,把有限的资源和精力都用在培养茶叶生产第一线的人才上去,而对文化这个背后强大的推动力却不十分重视,难以形成一个庞大的茶文化资源开发体系,导致福建茶文化资源开发利用程度较低,难以形成竞争力,效益提升缓慢。

第二,福建地区茶文化氛围不够浓郁。相比全国而言,福建的茶文化氛围确实比较浓厚,但是翻开福建悠久的茶文化历史书卷,会感觉现在的茶文化氛围多少有些轻描淡写。要打造中国乃至全世界第一“茶都”,现在的文化氛围是远远不够的^[9]。氛围,并不是依靠一首诗、一部曲、一块石碑就能烘托出来的。当前能体现出茶文化氛围的行业仅仅是相关的文化传媒,旅游等行业,远远没有达到群众广泛参与的程度。包括制茶产茶的企业,都没有对茶文化氛围有足够的认识。要达到“茶都”所应有的标准,就必须达到区域内的所有消费者能爱茶、评茶、道茶。针对此点,就要求社会上要积极推动各类有关茶文化产业、茶道艺术、茶文化交流的活动,企业内要促成各种文化服务项目的落实。

第三,茶文化服务意识不强。当前社会的消费热点便是时尚,对于文化产品和文化服务的需求也是一天比一天旺盛。尤其是茶叶这种特殊商品,人们购买茶叶的时候第一眼望去的往往不是茶叶的质量如何,

而是这种茶叶所具有的文化内涵,这集中体现在茶叶的包装上。还有人们走入茶艺居的时候,往往是带着休闲的心态去消遣的,这时候这个茶艺居的主题文化色调应该是能宽释人们心灵的场所。而当前社会上林林总总的茶叶包装全都冠以“茶王”等名不副实的旗号,并且包装样式也大都一样,毫无创新可言,更别提有多深的文化内涵了;都市中的茶艺居内部装修基本类似,所做的事情也基本都是卖茶,对茶叶的文化促销和文化品饮根本没能形成足够的重视。当然,茶文化服务意识不强从根本上来说还是因为茶文化专业人才的缺失,导致社会上对于茶叶营销缺少文化上的新颖性和创造性。

总的来说,全国的文化产业都处于起步阶段,福建的茶文化研究也是新生学科,当前福建茶文化产业的发展与传承显得明显后劲不足,茶文化人才及其匮乏。但此时也正是福建茶产业卧薪尝胆的时期,只要培养出了茶文化人才,让政府、企业、消费者都能受到茶文化的熏陶,福建省的茶产业便走到了全国乃至世界的前列。

2.2 福建深入挖掘茶文化资源的对策建议

由于福建省茶文化产业建设正处于摸着石头过河的阶段,虽说具有很大的发展空间,但是却处处面临着诸多的不确定性。要打造打响“茶都”的品牌,发挥福建茶文化的独特魅力,需要从市场、结构、机构、融资等多方面进行全面的协调规划,政府与社会各界都要积极参与,明确并制定福建茶文化资源挖掘和茶文化产业发展的行之有效的发展战略。

第一,加快塑造和培育文化市场主体的步伐。新兴的茶文化产业绝对不能走传统产业的老路,不能再发展了几十年之后,还要回过头来考虑机构改革的问题。在建设茶文化产业相关企业的时候,要以现代企业制度为标准,把企业塑造为自负盈亏,自主经营的市场经济主体,让企业在纷繁多变的市场竞争环境中去摔打、磨练。同时,要着重培育龙头企业的发展,多多扶植骨干企业,吸收私人资本,大力发展大中型民营企业,将福建茶文化产业的微观元素向集团化方向推进。对于已经处在萌芽发展阶段的茶文化企业,要及时给予指导,指出正确的发展方向,对已经偏出发展轨道的企业及时进行结构调整,保障茶文化商品生产和流通的有序进行,保证茶文化资源的合力配置,推进茶文化产品的多层次开发和现代化生产。

第二,要加快福建茶文化品牌的塑造。塑造品牌的目的是要提高知名度,进而产生强大的吸引力和凝聚力。就福建茶产业来看,范围内的企业品牌意识

普遍不强,并且对品牌的概念就是浮夸,而没有捉摸在品牌背后所蕴藏的巨大的推动力,假冒伪劣商品层出不穷,管理机制也极度不完善。茶产业的发展现状势必会影响到新兴的茶文化产业的塑造。在茶文化产业的发展过程中,相关人员一定要重视品牌建设的重要性,使福建的茶文化品牌在福建的饮食业、文艺业、影视业等行业撑起属于福建茶文化的一片天,深入挖掘福建茶文化的巨大商机,努力打造具有福建特色的茶文化产业品牌之路,积极引导文化消费^[6]。在茶文化产业品牌建设的过程中,包装是最主要的因素,在茶文化产业基础设施完备的前提下,一定要注重培育以多种产业为载体的文化产业基地,提升茶文化消费的档次和规模,集中力量抓好茶文化产业的大工程大项目,精心培育和打造福建的茶文化品牌。

第三,加快推进福建茶文化产业机构建设的改革与发展。首先,一定要加快成立福建茶文化产业协会的步伐,协会起着整合全省茶文化资源,加强茶文化产业行业自律、开拓省内省外市场、加强产业内文化企业的沟通交流等作用,协会并不属于政府,而是树立起一道利于与政府沟通的桥梁,保障茶文化产业的有序发展。在现代产业的建设过程中,中介机构的发展和培育同样影响着一个产业的繁荣程度,在演出、展览等活动的举办过程中,中介机构起着不可替代的作用,是培育和繁荣文化市场中最活跃的因素^[7]。同样,在推进福建茶文化产业国际化的过程中,在推进文化产品营销网络化、系统化的过程中,完善的文化经纪人制度也能大幅度提高产业的运作效率。因此,茶文化产业的建设离不开相关机构的蓬勃发展。

第四,加强茶文化产业招商引资的力度。福建的茶文化产业要发展,不能只是局限在大中型城市,县镇乡级的茶文化工作的开展也是必须的。每一个地区都有自己的招商引资项目,相应在各个地区都有自己的商业一条街、古玩一条街、小吃一条街等等,但是唯独罕听到文化一条街,尤其是在福建这个文化元素众多的地区内,因此,在当前形势下,推动政府投入和社会投入相结合的股份制、个体私营等形式参与兴办茶文化产业的建设是福建茶产业要发展的必由之路,目的便是要建立多元化的文化产业投入机制。

福建的茶文化产业要发展,决不能走传统产业发展的老路,茶文化产业是新生的,有层次的产业,要在发展初期便做好长久的规划,在品牌、市场、结构等多方面去培育,走现代化产业的道路,福建的茶文化资源虽然极其丰富,但是只有采取了合理的对策,才能有效

地整合资源,提高福建茶文化的资源的利用效率。

3 福建茶产业文化竞争力评价

3.1 指标体系的设计

在本文随后所要采用的层次分析法中,将有关决策问题分解为目标层、准则层、决策层三个层次。本文所要研究的主要目标便是通过对福建茶产业与茶文化的研究,从而找出发展福建茶产业的文化对策。本文的目标层便设立为文化凝聚力、文化生产力、文化传播力、文化创新力、文化持续力等五个方面^[8]。至于二级指标的设立,便是本人综合分析所调查研究的数据及其专家教授所给的意见,剖析上诉一级指标五大要点综合归纳得出的结论。具体指标设计见下表:

表 5 福建茶产业文化竞争力指标体系

目标层	一级指标	二级指标
福建茶产业文化竞争力评价 U	文化凝聚力 U ₁	企业价值观的明晰程度 U ₁₁
		产业内企业的协调与合作能力 U ₁₂
		消费者的认可程度 U ₁₃
		员工对工作环境的满意程度 U ₁₄
	文化生产力 U ₂	企业的规模 U ₂₁
		企业的微观环境 U ₂₂
		茶业内企业的区位优势程度 U ₂₃
	文化传播力 U ₃	品牌发育程度 U ₃₁
		相关产业的发展 U ₃₂
		文化推广活动的丰富程度 U ₃₃
	文化创新力 U ₄	媒体的推广力度 U ₃₄
		员工的平均文化水平 U ₄₁
		技术研究成员与费用所占比例 U ₄₂
		企业学习机制的成熟程度 U ₄₃
	文化持续力 U ₅	产品附加值的高低 U ₄₄
		企业的文化底蕴 U ₅₁
		茶产业结构的合理程度 U ₅₂
		文化服务产业的发展 U ₅₃
		国家与地方政策扶植力度 U ₅₄

3.2 计算待评价指标权重

本文运用层次分析法并根据专家调查法所搜集的数据,构造出各级指标的判断矩阵,并根据和积法对判断矩阵进行简单的运算,求出各级指标的权重,具体如下表所示:

表 6 U-U_i 判断矩阵

U	U ₁	U ₂	U ₃	U ₄	U ₅	W	
U ₁	1	1/4	1/5	1/8	2	0.060	RI=1.120 λ=5.043 CI=0.01075 CR=0.0096
U ₂	4	1	3	1/6	4	0.189	
U ₃	5	1/3	1	1/7	2	0.122	
U ₄	8	6	7	1	8	0.584	
U ₅	1/2	1/4	1/2	1/8	1	0.045	

表 7 U₁-U₁₁判断矩阵

U ₁	U ₁₁	U ₁₂	U ₁₃	U ₁₄	W	
U ₁₁	1	1/7	1/5	1/2	0.065	RI=0.90 λ=4.074 CI=0.025 CR=0.0278
U ₁₂	7	1	3	4	0.554	
U ₁₃	5	1/3	1	2	0.252	
U ₁₄	2	1/4	1/2	1	0.129	

表 8 U₂-U₂₁判断矩阵

U ₂	U ₂₁	U ₂₂	U ₂₃	W	
U ₂₁	1	2	5	0.581	RI=0.58 λ=4.062 CI=0.031 CR=0.0534
U ₂₂	1/2	1	3	0.309	
U ₂₃	1/5	1/3	1	0.110	

表 9 U₃-U₃₁判断矩阵

U ₁	U ₃₁	U ₃₂	U ₃₃	U ₃₄	W	
U ₃₁	1	2	5	3	0.471	RI=0.90 λ=4.038 CI=0.013 CR=0.0141
U ₃₂	1/2	1	3	1/2	0.193	
U ₃₃	1/5	1/3	1	1/4	0.072	
U ₃₄	1/3	2	4	1	0.264	

表 10 U₄-U₄₁判断矩阵

U ₁	U ₄₁	U ₄₂	U ₄₃	U ₄₄	W	
U ₄₁	1	2	1/3	3	0.213	RI=0.90 λ=4.079 CI=0.026 CR=0.0293
U ₄₂	1/2	1	1/6	2	0.116	
U ₄₃	3	6	1	7	0.600	
U ₄₄	1/3	1/2	1/7	1	0.071	

表 11 U₅-U₅₁判断矩阵

U ₁	U ₅₁	U ₅₂	U ₅₃	U ₅₄	W	
U ₅₁	1	1/7	1/3	1/5	0.058	RI=0.90 λ=4.097 CI=0.032 CR=0.0359
U ₅₂	7	1	4	3	0.550	
U ₅₃	3	1/4	1	1/2	0.144	
U ₅₄	5	1/3	2	1	0.248	

经过上述五个图标的计算可以很轻松地得出各指标的权重向量,其中:

$$W=(0.060,0.189,0.122,0.584,0.045)$$
$$W_1=(0.065,0.554,0.252,0.129)$$
$$W_2=(0.581,0.309,0.110,)$$
$$W_3=(0.471,0.193,0.072,0.264)$$
$$W_4=(0.213,0.116,0.600,0.071)$$
$$W_5=(0.058,0.550,0.144,0.248)$$

3.3 单因素评价

本人通过专家调查法所搜集的资料整理成数据,用以确立隶属度进而完成单因素评价矩阵,最终对各指标进行单因素评价,具体评价结果见下文所示:

3.3.1 文化凝聚力单因素评价

表 12 文化凝聚力各指标评语

评语等级 评价指标	评语等级				
	很差	较差	一般	较好	很好
企业价值观的明晰程度	0	0.24	0.47	0.18	0.11
产业内企业协调与合作能力	0.16	0.26	0.37	0.12	0.09
消费者的认可程度	0.11	0.18	0.54	0.14	0.03
员工对工作环境的满意程度	0.15	0.13	0.41	0.20	0.11

由此表可得文化凝聚力的单因素判断矩阵为：

$$B_1 = \begin{bmatrix} 0 & 0.24 & 0.47 & 0.18 & 0.11 \\ 0.16 & 0.26 & 0.37 & 0.12 & 0.09 \\ 0.11 & 0.18 & 0.54 & 0.14 & 0.03 \\ 0.15 & 0.13 & 0.41 & 0.20 & 0.11 \end{bmatrix}, \text{ 而 } W_1 =$$

(0.065,0.554,0.252,0.129),根据 W_1 与 R_1 的结果可以得出文化凝聚力的评价向量为：

$$B_1 = W_1 \cdot R_1 = (0.136, 0.222, 0.425, 0.139, 0.078)。$$

3.3.2 文化生产力单因素评价

表 13 文化生产力各指标评语

评语等级 评价指标	评语等级				
	很差	较差	一般	较好	很好
企业的规模	0.26	0.33	0.24	0.12	0.05
企业的微观环境	0.17	0.37	0.26	0.11	0.09
产业内企业的区位优势	0.08	0.14	0.57	0.16	0.05

由此表可得文化生产力的单因素判断矩阵为：

$$R_2 = \begin{bmatrix} 0.26 & 0.33 & 0.24 & 0.12 & 0.05 \\ 0.17 & 0.37 & 0.26 & 0.11 & 0.09 \\ 0.08 & 0.14 & 0.57 & 0.16 & 0.05 \end{bmatrix} \text{ 而 } W_2 =$$

$= (0.581, 0.309, 0.110)。$

根据 W_2 与 R_2 的结果可以得出文化生产力的评价向量为：

$$B_2 = W_2 \cdot R_2 = (0.212, 0.321, 0.282, 0.121, 0.064)。$$

3.3.3 文化传播力单因素评价

表 14 文化传播力各指标评语

评语等级 评价指标	评语等级				
	很差	较差	一般	较好	很好
品牌发育程度	0	0.10	0.55	0.22	0.13
相关产业的发展	0.24	0.28	0.36	0.08	0.04
文化推广活动的丰富程度	0.13	0.16	0.34	0.25	0.12
媒体的推广力度	0	0.08	0.39	0.33	0.20

由此表可得文化传播力的单因素判断矩阵为：

$$R_3 = \begin{bmatrix} 0 & 0.10 & 0.55 & 0.22 & 0.13 \\ 0.24 & 0.28 & 0.36 & 0.08 & 0.04 \\ 0.13 & 0.16 & 0.34 & 0.25 & 0.12 \\ 0 & 0.08 & 0.39 & 0.33 & 0.20 \end{bmatrix}, \text{ 而 } W_3 =$$

$= (0.471, 0.193, 0.072, 0.264)。$

根据 W_3 与 R_3 的结果可以得出文化生产力的评价向量为：

$$B_3 = W_3 \cdot R_3 = (0.056, 0.134, 0.456, 0.224, 0.130)。$$

3.3.4 文化创新力单因素评价

表 15 文化创新力各指标评语

评语等级 评价指标	评语等级				
	很差	较差	一般	较好	很好
员工的平均文化水平	0.35	0.26	0.24	0.15	0
技术与费用所占支出比例	0.33	0.39	0.28	0	0
企业学习机制的成熟程度	0.29	0.42	0.20	0.09	0
产品附加值的高低	0.19	0.47	0.28	0.06	0

由此表可得文化创新力的单因素判断矩阵为：

$$R_4 = \begin{bmatrix} 0.35 & 0.26 & 0.24 & 0.15 & 0 \\ 0.33 & 0.39 & 0.28 & 0 & 0 \\ 0.29 & 0.42 & 0.20 & 0.09 & 0 \\ 0.19 & 0.47 & 0.28 & 0.06 & 0 \end{bmatrix}, \text{ 而 } W_4 =$$

$(0.213, 0.116, 0.600, 0.071)。$

根据 W_4 与 R_4 的结果可以得出文化创新力的评价向量为：

$$B_4 = W_4 \cdot R_4 = (0.300, 0.386, 0.224, 0.090, 0)。$$

3.3.5 文化持续力单因素评价

表 16 文化持续力各指标评语

评语等级 评价指标	评语等级				
	很差	较差	一般	较好	很好
企业的文化底蕴	0	0.11	0.25	0.43	0.21
茶产业结构合理程度	0.10	0.20	0.28	0.29	0.13
文化服务业的发展	0.07	0.14	0.22	0.32	0.25
国家与地方政策扶植力度	0	0	0.26	0.49	0.25

由此表可得文化持续力的单因素判断矩阵为：

$$R_5 = \begin{bmatrix} 0 & 0.11 & 0.25 & 0.43 & 0.21 \\ 0.10 & 0.20 & 0.28 & 0.29 & 0.13 \\ 0.07 & 0.14 & 0.22 & 0.32 & 0.25 \\ 0 & 0 & 0.26 & 0.49 & 0.25 \end{bmatrix}。 \text{ 而 } W_5 =$$

$(0.058, 0.550, 0.144, 0.248)。$

根据 W_5 与 R_5 的结果可以得出文化创新力的评

价向量为:

$$B_5 = W_5 \cdot R_5 = (0.065, 0.137, 0.265, 0.352, 0.181).$$

将以上做出的评价向量进行归一化处理之后可得:

$$C_1 = (0.136, 0.222, 0.425, 0.139, 0.078).$$

$$C_2 = (0.212, 0.321, 0.282, 0.121, 0.064).$$

$$C_3 = (0.056, 0.134, 0.456, 0.224, 0.130).$$

$$C_4 = (0.300, 0.386, 0.224, 0.090, 0).$$

$$C_5 = (0.065, 0.137, 0.265, 0.352, 0.181).$$

3.4 综合评价

将上文单因素评价所得的评价向量综合在一起作为一个对总目标进行评价的模糊判断矩阵,根据已经得出的 W ,即一级指标的权重向量即可得到最终的评价结果。

$$B = W \cdot \begin{bmatrix} C_1 \\ C_2 \\ C_3 \\ C_4 \\ C_5 \end{bmatrix} = (b_1, b_2, b_3, b_4, b_5)$$

$$\begin{bmatrix} 0.136 & 0.222 & 0.425 & 0.139 & 0.078 \\ 0.212 & 0.321 & 0.282 & 0.121 & 0.064 \\ 0.056 & 0.134 & 0.456 & 0.224 & 0.130 \\ 0.300 & 0.386 & 0.224 & 0.090 & 0 \\ 0.065 & 0.137 & 0.265 & 0.352 & 0.181 \end{bmatrix} =$$

$$(0.060, 0.189, 0.122, 0.584, 0.045).$$

$$= (0.233, 0.322, 0.277, 0.127, 0.041).$$

对所得向量进行归一化处理之后可得最终评价向量

$$C = (0.233, 0.322, 0.277, 0.127, 0.041).$$

根据模糊综合评判最大隶属度原则, $\text{Max}(c_i) = 0.322$. 因此,本文对福建茶产业文化竞争力的最终评判等级为“较差”^[9]。

3.5 评价结果分析

根据上文对福建茶产业文化竞争力的综合评价分析,得出福建茶产业文化竞争力的评价等级为较差,这就意味着福建茶产业文化竞争力要发展,还需要从各个指标上多下功夫,下面就对各单因素评价交过进行具体分析。

福建茶产业文化凝聚力指标的评价等级为一般,在企业价值观的明晰程度,企业分工协作能力、消费者的认可以及员工的满意程度方面都不太理想,评价等级一般表明福建茶产业已经开始注重对文化凝聚力的建设,只是在总体思路与方法上需要加以改进。

福建茶产业文化生产力指标的评价等级为较差,在企业的规模、企业的组织形式和区位优势方面,福建茶产业的文化生产力总体上没有任何竞争优势,尤其是当前福建茶产业的企业规模普遍较小,难以进行有效改造,这也是摆在福建茶产业发展面前的一道很棘手的问题,并且福建茶产业的企业组织形式比较落后,不能有效地配置现有资源,极大影响企业生产的效率。

福建茶产业文化传播力指标的评价等级为一般。当前福建茶业企业对品牌的重要性才刚刚有所认识,所以福建茶产业的品牌培育正处于起步阶段。在相关产业发展方面,因为福建茶企业规模较小,茶产业组织机构不够严密,所以在相关产业的发展方面仍是待需开发的一片荒地,而在媒体的推广方面,福建茶产业得到强有力的支持,毕竟福建茶产业在很多区域都是支柱产业,媒体的宣传报道力度也都很强。

福建茶产业文化创新力指标的评价等级为较差。企业内员工的平均文化水平是初中文化,在生产过程中缺乏创造力,再加上企业对员工的培训力度不强,并且在技术研究的投入上处于很低的水平,所以福建茶业企业普遍缺乏创新力,难以生产出附加值较高的产品。文化创新力同时也是福建茶产业获取竞争优势的最大突破点,在以后福建茶产业的发展过程中,创新始终是围绕发展建设过程中的主旋律。

福建茶产业文化持续力指标的评价等级为较高。福建有深厚的茶文化底蕴,并且也在不断地推进文化服务产业的建设,政府与地方也为福建茶产业的发展提供了很多便利条件。这也让我们看到了福建茶产业发展的曙光,福建的茶产业发展有较高的持续力,需要茶产业不断促进各个指标的优化,形成福建茶产业长久持续的竞争优势。

参考文献

- [1]许咏梅,苏祝成. 中国茶产业竞争力研究[M]. 北京:中国农业出版社,2008:90—106.
- [2]丛林. 福建茶业科技的现状与对策[J]. 福建茶叶,2006(2):1—4.
- [3]蒋颖. 福建茶叶国际竞争力比较分析[J]. 科技和产业,2008(4):5—8.
- [4]吴其勉. 福建茶叶出口遭遇技术性壁垒的原因及对策[J]. 中国集体经济,2010(2):33—34.
- [5]申维辰. 评价文化:文化资源评估与文化产业评价研究[M]. 太原:山西教育出版社,2005:15—28.
- [6]吕庆华. 文化资源的产业开发[M]. 北京:经济日报出版社,2006:20—37.

(下转第115页)

进行 Granger-causality 检验中采用满足变量平稳性要求并反应增长效应的一阶差分变量 DLGDP、DLEX、DLIM。表 5、表 6、表 7 中第 1 列是 Granger 因果关系检验的零假设,第 2 列是 F 统计量的数值,第 3 列是 F 统计量在零假设成立时的概率显著性水平,第 4 列是滞后期。通过检验结果得出结论:只有在滞后期为 5 时,在 5% 的显著性水平下,经济增长是出口增长的 Granger 原因。在其它情况下,经济增长、出口增长、进口增长之间不存在 Granger 因果关系。

3 结论与政策建议

通过数据的实证分析,得出如下结论:第一,福建省国内生产总值、出口总额、进口总额之间存在长期稳定的关系。

第二,福建省的经济增长、出口增长、进口增长之间不存在 Granger 因果关系。福建省的经济并非出口导向型,这与我们发展外向型经济的初衷——利用出口需求拉动经济增长相悖。福建应该学习一些发达国家及国内经济发达地区的发展经验,注重引进优

质外资,刺激创新活动和人力资本积累,促进产业结构的升级,取得专业化人力资本的外部效应,从而促进经济增长。

参考文献

[1]国家统计局. 中国统计年鉴 2009[M]. 北京:中国统计出版社,2009.
[2]王坤,张书云. 中国对外贸易与经济增长关系的协整性分析[J]. 数量经济技术经济研究,2004(4):26—33.
[3]沈程祥. 中国出口导向型经济增长的实证分析:1977—1998[J]. 世界经济,1999(12):26—30.
[4]福建省统计局. 福建统计年鉴 2008[M]. 北京:中国统计出版社,2008.
[5]高铁梅. 计量经济分析方法与建模——Eviews 应用及实例[M]. 北京:清华大学出版社,2006.
[6]刘伟宏. 人力资本、R&D 投入与经济增长[J]. 财政研究,2009(7):50—53.
[7]李子奈. 高等计量经济学[M]. 北京:清华大学出版社,2000.
[8]刘伟宏,黄学敏. 福建省税收负担对经济增长影响的计量分析[J]. 科技和产业,2010(9):43—46.

Study on Fujian's Economic Development and Trade of Import and Export

LIU Wei-hong, WANG Fang

(Department of Economics and Management, The Open University of Fujian, Fuzhou 350003, China)

Abstract: The author reviews the study of relationship between China's economic growth and import and export trade by domestic and foreign scholars, then makes cointegration analysis and Granger causality test according to GDP, total exports, total imports data of Fujian Province in 1981—2007. The results of empirical analysis show that there exists long-term stable equilibrium relationship and no Granger causality between GDP, total exports, total imports data of Fujian Province.

Key words: economic development; import and export trade; cointegration; causality

(上接第 36 页)

[7]顾江. 文化产业研究(3)文化软实力与产业竞争力[M]. 南京:东南大学出版社,2009:140—170., 2007:160—188.
[8]李莉,陈忠. 管理定量分析[M]. 上海:上海交通大学出版社, [9]赵涛. 管理学常用方法[M]. 天津:天津大学出版社,2006:325—350.

The Research of Cultural Competition of Fujian Tea Industry

WU Sheng-yi, ZHAO Jin-jie, LI Liang-jie, ZHOU Yi-bang, ZHANG Meng

(Fujian Agriculture and Forestry University, Fuzhou 350002, China)

Abstract: With the pushing forward of the process of internationalization of the tea industry, the market competition of the tea industry is becoming more and more fierce. The traditional tea production of fujian and the forms of industrial organization have been gradually eliminated by the market. How to enhance the competitiveness of the tea industry in Fujian is a pressing issue. However, the development of tea industry in Fujian has its own unique advantage, especially the rich culture heritage. This paper aims to explore how to enhance the culture competitiveness of Fujian tea industry to reach the final area of Fujian tea industry competitiveness.

Key words: the tea industry of Fujian; culture competence; evaluation index system