

产学研一体化视阈下贵港市港南红茶品牌建设协同创新模式构建探究

梁家雯

广西物流职业技术学院，广西 贵港 537100

DOI: 10.61369/VDE.2026070017

摘 要： 随着乡村振兴战略的实施，茶产业实现规模化发展，区域特色农产品品牌建设也成为提升产业竞争力，促进农民增收的重要方式。贵港市港南红茶作为具有优质品质与地域特色的茶饮类型，蕴含着深厚的文化底蕴，具有良好的发展潜力。然而，在当前茶品牌发展的过程中，存在影响力弱、协同机制不健全等问题，为了更好地解决此类问题，则需要转变当前的品牌建设和发展模式。产学研一体化模式强调高校、企业、政府之间的合作，通过资源整合的方式为区域的特色农产品品牌建设提供支持。基于此，本文以港南红茶品牌建设为研究对象，深入探究产学研一体化视阈下港南红茶品牌建设的路径，以供参考。

关 键 词： 产学研一体化；港南红茶；品牌建设；协同创新

Research on the Construction of Collaborative Innovation Model for Gangnan Black Tea Brand Building in Guigang City from the Perspective of Industry-Education-Application Integration

Liang Jiawen

Guangxi Logistics Vocational and Technical College, Guigang, Guangxi 537100

Abstract： With the implementation of the rural revitalization strategy, the tea industry has achieved large-scale development, and the brand building of regional characteristic agricultural products has become an important way to enhance industrial competitiveness and increase farmers' income. As a tea product with high quality and regional characteristics, Gangnan Black Tea of Guigang City boasts profound cultural heritage and great development potential. However, in the current development of the tea brand, there still exist problems such as weak brand influence and imperfect collaborative mechanisms. To better solve these problems, it is necessary to transform the existing brand construction and development mode. The industry-education-application integration model emphasizes cooperation among universities, enterprises and the government, and supports the brand building of regional characteristic agricultural products through resource integration. Taking the brand building of Gangnan Black Tea as the research object, this paper deeply explores the development paths of Gangnan Black Tea brand construction from the perspective of industry-education-application integration, so as to provide references for relevant research and practice.

Keywords： industry-education-application integration; Gangnan Black Tea; brand building; collaborative innovation

前言

近年来，我国茶产业迎来高质量发展的机遇。在消费升级和文化自信提升的背景下，消费者对高质量、有特色、有文化内涵的茶饮产品需求不断增加，品牌也成为茶企核心竞争力的表现。贵港市环境气候宜人，是红茶种植的理想区域，港南红茶具有色泽乌润、香气浓厚的优势，能够为当地农业特色产业发展提供助力，从而打造具有影响力的区域特色农产品品牌。

一、产学研一体化视阈下贵港市港南红茶品牌建设协同创新模式的概念

（一）产学研一体化理论

产学研一体化指的是将高校人才培养、科学研究与市场和企业

业结合起来，以需求为导向进行人才培养，并推动产业的发展。其核心与本质在于打破传统人才培养的模式，以当下的市场需求出发，以技术创新手段，更好地实现知识、技术、人才等资源的协同^[1]。

产学研一体化致力于将企业生产、高校人才培养、社会需求

相结合。其中，企业作为生产主体，需要提供生产场景和实践机会。高校是人才培养的支撑，负责提供技术上的支持。政府则是引导者，负责不断优化和完善当前的政策机制，确保营造良好的外部环境。消费端则是导向，他们需要反馈个人的需求，从而更好地促进品牌的发展。这一模式有助于提高企业的创新能力，解决当前的高校科研工作与市场需求不符、人才培养与实践需求不符的问题，为区域产业发展提供更多的支持^[2]。

（二）协同创新理论

协同创新指的是不同主体在不同领域之间的配合与协作，从而实现资源的优化整合，发挥创新价值。其关键在于协同发展，打破各自为战的局面，从而更好地实现多方的参与，达到利益共享、优势互补的目标。

二、贵港市港南红茶品牌建设现状及协同问题分析

（一）港南红茶品牌建设现状

1. 产业基础优势明显

贵港市港南区是广西重要的红茶种植基地。现阶段，红茶种植的面积达到千亩以上，并且成立了一大批本地品牌茶企，构成了从种植、加工到销售完整的产业链。港南红茶具有独特性，它在本地和周边地区具有影响力，并且获得了绿色食品和有机食品的认证，具有良好的品牌优势。与此同时，港南区蕴含着较为深厚的茶文化内涵，能够为品牌建设提供更多的素材支持。

2. 品牌建设逐步起步

近年来，在政府的支持和引导下，港南红茶品牌建设实现长足发展。企业推出属于自身的个性化品牌，并通过线上线下结合的方式进行推广。政府也逐渐加大了对红茶品牌的扶持力度，积极组织各类的展销会和文化节，大大增加了港南红茶品牌的知名度。不仅如此，高校加强与本地区茶企业之间的合作，为茶企的发展提供人才和技术支持，也有助于更好地推动企业的可持续发展，逐渐扩大品牌的影响力^[3]。

3. 数字化转型成效显著

部分规模较大的茶企尝试通过数字化转型，引入较为先进的加工设备和管理系统，致力于提高生产的质量。与此同时，部分茶企开始进行溯源体系建设，并通过二维码的方式向消费者展示产品的种植和加工过程，增加产品的可信度，更好地为协同创新模式的建设提供支持。

（二）港南红茶品牌建设的问题

1. 协同机制存在缺失

目前，港南红茶品牌在建设和发展的过程中，缺乏有效的协同机制。高校、茶企、政府、消费端之间缺乏有效的协同，处于各自为战的状态，无法构成品牌建设的统一力量。高校科研成果与人才资源无法有效转化为企业的品牌建设动力，茶企的生产实践需求与高校的科研方向不符；政府政策支持针对性不强，无法实现高校与茶企之间的需求衔接。消费端的需求则难以反馈传递给高校与茶企，这也导致品牌建设 with 市场需求不符^[4]。

2. 品牌体系建设不足

现阶段，港南红茶品牌在建设的过程中，存在系统性的品牌体系设计、品牌定位模糊的问题，没有形成具有特色的品牌个性和价值。品牌模块划分并不清晰，文化传播、电商运营等环节相对独立，缺乏有机的协调和统一。这与课题提出的“打造可拆接的品牌模块”目标有差距，直接影响了品牌建设的成效。

3. 技术创新程度不高

大多数茶企的发展规模较小，资金、技术以及人才较为匮乏，产品具有一定的同质化问题，附加值不高。数字化应用水平相对较低，大多数茶企并没能引入数字孪生技术，种植、加工、销售环节的数字化程度不高，无法保障精准种植，难以确保工艺优化的质量。不仅如此，质量追溯体系并不完善，主要是简单的信息展示，难以为消费者提供沉浸式的溯源体验，品牌的信任度无法获得提升^[5]。

三、产学研一体化视阈下港南红茶品牌建设协同创新模式

（一）高校：创新赋能主体

高校作为创新技术与人才的重要支撑，它的核心角色在于将港南红茶品牌体系划分为若干个独立的功能板块，从而为各模块提供技术和人才上的支持。具体的职责如下：一是划分品牌模块，根据港南红茶的品质优势以及市场需求，将品牌体系划分为文化叙事模块、电商运营模块等相对独立的功能模块，明确不同模块的核心任务和实施标准。二是提供技术上的支持，针对各品牌模块的实际需求，进行针对性的技术研发，包括质量溯源标准制定、新产品研发等，为茶企提供强有力的技术指导。三是培养高素质人才，并结合当前的品牌发展特点，不断调整人才培养的方案，培养出新时代具有较强综合素质能力的人才，为产业的发展提供人才保障。四是参与品牌文化挖掘工作，深入了解港南红茶的历史文化、民俗文化，从而为文化叙事模块提供更多素材，不断丰富文化的内涵^[6]。

（二）茶企：市场落地主体

茶企业作为协同创新的主体，应负责品牌模块的建设以及实施。其核心在于：一是开发生产场景，提供数据源头，并配合高校进行数字孪生技术的应用，确保将种植、加工、销售等环节的数据提供给高校，协助高校精准进行种植模拟，优化整体工艺，并对当前存在的风险进行预测，确保降低实体试验的成本。二是承接品牌模块，结合自身的发展实际，承接高校解构的各类品牌模块，将高校的科研成果、技术方案转变为实际的品牌建设行动，并根据质量溯源标准建设溯源体系，利用电商运营模块进行有效地推广^[7]。三是推动产品的创新发展，根据高校的新产品研发成果，优化产品的结构和类型，确保提升产品的附加值。

（三）政府：监管引导主体

政府部门作为协同创新的引导者，其职责包括以下几方面：一是注重政策引导，制定港南红茶品牌建设扶持政策，加大对茶企、高校、协同创新的资金支持和税收优惠的力度，确保实现协同创新

发展。二是实现透明化、精准化的产业监管与政策模拟，利用数字基础设施，不断整合茶企生产的数据、高校科研的数据和市场消费的数据，确保对产业发展进行精准的监督和管理，确保政策的有效性^[8]。三是搭建协同发展平台，确保高校、茶企、消费端之间的紧密联系。组织开展茶文化节、展销会之类的活动，确保提升港南红茶品牌的知名度。四是规范市场秩序，不断加强对港南红茶品牌质量的监督和管理，打击假冒伪劣产品，形成良好的品牌形象。五是推动区域公用品牌的建设，充分利用茶企资源，打造具有影响力的公用品牌，确保区域产业实现高质量发展。

（四）消费端：品牌传播主体

消费端是市场消费需求的导向，也是品牌传播的主体。他们的职责包括：一是参与溯源体验，扫描产品二维码，获得沉浸式溯源体验，充分了解产品的种植、加工过程，从而对港南红茶品牌建立信任感。二是充分反馈个人的意见和看法，并以线上线下相结合的方式，将自身的消费需求与产品品质反馈给高校、茶企以及政府，从而为品牌模块优化提供支持。三是加强品牌建设，通过社交平台、口碑传播的方式，分享港南红茶的品牌体验，从而保障扩大品牌的影响范围^[9]。四是参与品牌建设工作中，通过参与茶文化活动，增强对港南红茶品牌的认同感。

（五）多方协同：实现利益共享

确保利益分配的合理性，各方应加强协同，从而有效调整利益分配机制。根据高校的技术贡献、茶企的市场投入和政府的资

源，不断调整各方的利益情况。构建动态协调机制，确保产业之间加强合作，保障多方利益，及时调整收益与方案，确保分配的公正与合理。

构建风险共同承担机制，确保降低协同风险。明确多方在协同创新中的责任，对技术研发问题、市场波动等方面的风险，根据各方的投入比例进行共同承担。政府还需要设立风险补偿基金，对参与协同创新的茶企和高校给予风险补偿，降低风险，确保实现多方力量的联动^[10]。

加强各方的沟通与协调，营造良好的协同环境。定期开展创新座谈会、推进会，从而保障高校、茶企和政府之间的有效沟通与协调，从而有效解决当前存在的问题。构建协同评价机制，对多方的协同表现予以评价，激励各方共同参与，从而形成良好的协同发展氛围。

四、结语

综上所述，港南红茶品牌建设是推动当地红茶产业提质增效，打造区域公用品牌实践探索，也是产学研一体化理论的实践应用，能够为其他地方的特色农产品品牌建设提供支持和保障。相信在未来，港南红茶品牌发展仍将持续深化，不断优化品牌模块体系，完善利益共享机制，推动区域特色农产品品牌建设，促进更多特色农产品通过协同创新实现品牌升级。

参考文献

[1] 郭新宇, 宋鹏飞, 周萌, 等. 数字经济视角下安徽红茶产业对外贸易数字化转型研究影响 [J]. 商展经济, 2025, (23): 77-80.

[2] 李稳. 柳州市大苗山红茶品牌建设现状问题及对策 [J]. 南方农业, 2025, 19(21): 223-225+232.

[3] 蒙文敏. 广西金秀红茶品牌建设策略优化研究 [J]. 老字号品牌营销, 2025, (03): 7-9.

[4] 卢晶晶. 英德红茶产业高质量发展的问题与对策研究 [J]. 智慧农业导刊, 2024, 4(17): 106-110.

[5] 罗雨. 普安红茶品牌现状及发展对策 [J]. 湖北植保, 2024, (03): 12-14.

[6] 纪皖鄂. 农产品区域公用品牌建设促农增收的路径研究 [D]. 中南财经政法大学, 2024.

[7] 黄煜彬. 茶陵红茶品牌营销策略评价研究 [D]. 中南林业科技大学, 2024.

[8] 李亮波. 农产品公共品牌生态系统构建与实践研究 [D]. 湖南农业大学, 2024.

[9] 黄磊, 徐春光, 夏小欢, 等. 越红工夫茶加工工艺及品牌建设对策 [J]. 现代农业科技, 2024, (08): 139-142.

[10] 张勇, 刘鑫硕, 黄蕊, 等. 江西省农产品品牌打造现状与对策研究——以宁红茶为例 [J]. 农村实用技术, 2023, (09): 31-33.