

“广货行天下”战略下英德红茶出海跃迁机制：AI 数智赋能、新质生产力生成与产业生态重构研究

肖 营

广东交通职业技术学院，广东 广州 510599

摘要：“广货行天下”是广东省畅通双循环、推动本土优势产业国际化发展的重要战略部署和政策支持，也为粤字号特色农产品出海搭建了通道平台；其中，英德红茶作为广东标志性地理标志农产品，“世界高香红茶”，产业规模超百亿，是广货特色农业出海的核心载体。目前，传统的茶叶出海普遍存在标准化程度不高、品牌溢价较低、贸易壁垒突出、产业链分散等问题，限制着产业国际化升级。本文在新质生产力理论、产业生态理论的基础上，围绕AI数智赋能这一核心驱动力，探究“广货行天下”的战略背景下的英德红茶出海跃迁背后的内在机理，分析数智技术赋能全产业链升级、催生新质生产力、重塑产业生态完整的逻辑链条，梳理产业出海存在的现实困境并给出相应的优化路径建议，从而为岭南特色农产品数字化出海、以科技创新培育农业新质生产力以及实现从原料输出到品牌出海价值跃迁提供一定的理论参考及实践范式。

关键词：广货行天下；英德红茶；AI数智赋能；新质生产力；产业生态；农产品出海

0 引言

在双循环的新发展格局下，广东省提出了“广货行天下”的发展战略，推动广货的产品、品牌 and 标准走向全球，其中特色农产品是该战略落地的重要载体之一；英德红茶被誉为“世界高香红茶”，产业规模已超百亿，远销70多个国家和地区，是广东农产品出海的标杆企业。但是长期以来，英德红茶仍是以小农生产、经验制茶为主导模式，在国际市场中主要进行大宗原料贴牌销售，具有品质不够稳定、品牌附加值不高以及国际抗风险能力较弱等问题，无法满足高端国际化发展的需要。而当下，借助于AI、物联网等数字技术的发展，给传统农业培育新的质生产力提供了机遇。因此，本文以“广货行天下”为背景，围绕AI数智赋能、新质生产力生成及产业生态重构等方面，剖析了英德红茶出海跃迁的内在机制，并对产业痛点进行了分析，进而提出相应的优化路径，助力英德红茶从原料输出向品牌、标准与文化协同出海转变，为广东特色农产品集群出海提供借鉴意义。

1 核心概念与理论基础

1.1 广货行天下战略

“广货行天下”，是广东省立足双循环格局下打造的产业国际化系统性战略，其主要目的是通过发挥政府、行业协会、龙头企业、科研机构、跨境平台等多种力量，利用粤港澳大湾区区位和产业集群的优势，打通国内国际双向市场的通道。“广货行天下”的核心内涵不同于传统的贸易推广，在内容上包括

三个层面的升级：第一层是从单纯的单个产品的出口到集群化的、品牌化的出海；第二层是从以往的传统要素驱动向科技创新、数字赋能驱动转变；第三层是从单纯的商品贸易转变为产品、标准、品牌、文化的协同输出，全方位提高广货在世界的市场竞争力及品牌影响力。

1.2 AI数智赋能与农业新质生产力

AI数智赋能：指人工智能、大数据、物联网等数字技术深入到产业全链条之中，在生产、管控、营销、溯源、供应链管理等方面进行数字化、智能化改造升级，把传统的依靠经验和人力的传统产业运作方式转变为以数据为基础的精准化和标准化运营；在茶产业场景下，可以涵盖智慧种植、智能制茶、品质分拣、溯源管控、市场研判、精准营销等多个方面，解决传统产业的经验依赖、标准缺失、效率偏低等问题。农业新质生产力是新质生产力在现代农业领域中的具体落地，其核心是以数字技术和科技创新作为主要的动力源泉，对土地、劳动力、资本、数据等生产要素进行重新组合，并改变传统农业生产组织形式，形成一种低能耗、高效率、高附加值、可持续发展的现代化农业发展模式。其中，数据将成为新的核心生产要素，而数字型劳动者、智能化生产工具以及标准化生产体系则是农业新质生产力的核心支撑力量。

1.3 产业生态重构

产业生态是指产业链上下游主体、配套服务机构、科研平台和监管部门等共同构成的一个协同共生体。传统的英德红茶

产业生态较为碎片化、分散化，茶农、中小茶企、经销商和服务商之间彼此割裂，缺乏足够的协同性。通过数字平台实现对信息孤岛的突破，在产业生态中重新构建起产业主体的关系、资源的配置方式以及创新体系和品牌治理体系建设，从而形成一个协同共生、资源共享、风险共担的现代化产业生态以助力产业集群出海。

2 英德红茶出海现状与传统模式瓶颈

2.1 产业出海发展现状

依托“广货行天下”，不断推进英德红茶的国际化布局：目前形成了从种植到加工再到检测和出口的一条完整产业链；有26家种植基地、27家企业完成了出口备案，并且有多家公司产品的欧盟626项农残检测合格以及美国FDA认证，具有进入高端市场的资格；在海外市场上已经开拓了欧美、东南亚、中东等70多个不同国家和地区，在国际展会上进行推广宣传或借助侨商渠道、跨境电商等多种方式拓展海外市场，2026年第一批300箱产品出口印尼，正式打开了东南亚的核心消费市场；产业数字化的基础也日益扎实，建成了国内第一个红茶数字化加工中心，“一亩茶园”的数字化示范基地，拥有11个科技创新平台及30多件产业专利，为数智化的出海奠定了坚实的基础。但就产业结构而言，出口的产品仍然主要还是大宗散装原料茶，高附加值成品茶、深加工茶饮所占比例不高，海外市场主要是贴牌销售，自主品牌影响力较弱，产业出海还处在价值链的低端位置。

2.2 传统出海模式的核心瓶颈

一是生产标准化缺失，难以突破国际贸易壁垒。英德茶园大多位于山地，是碎片化的种植方式，在传统的茶叶种植中，靠人工的经验来控制水肥和病虫害管理，对农残的管控不够精确；在红茶的核心工艺如发酵、烘焙上也主要依靠老师的师傅经验把控，产品的批次品质存在较大的差异性，并不能达到欧盟、北美的食品标准化以及高品质稳定性的要求，绿色贸易壁垒和技术壁垒不断抬升了出口的成本。二是在信任体系方面不完善，品牌的价值难以落地。传统的纸质检测报告或人工溯源的方式可信度较低，无法向海外消费者、采购商传达全程的品质信息，海外市场难以建立起消费的信任感。此外，长期以来产业重视产品输出而忽视品牌的传播，岭南茶文化和英德红茶的品质优势未能得到有效的传递，造成产品溢价的能力较弱，陷入了低价同质化竞争的局面。三是在市场运营能力薄弱，出海渠道较为单一。以往的出海主要是通过线下展会或者海外经销商进行代理销售，市场反馈慢且运营成本较高，转化率不高。很多中小型茶企业缺少对于海外市场的研判能力和本地化营销

能力，无法针对不同的区域市场的消费偏好来进行精细化、差异化海外运营。

3 AI数智赋能下英德红茶出海跃迁的核心机制

在“广货行天下”战略的牵引之下，“战略牵引——AI数智赋能——新质生产力生成——产业生态重构——出海价值跃迁”，数字技术贯穿于整个产业链条之中，彻底改变传统产业的发展方式，使产业得到全面升级。

3.1 AI数智全链条赋能，筑牢出海底层基础

AI数智技术贯穿于整个茶产业链条中，解决传统的出海痛点问题：在种植环节上，利用物联网传感器、AI视觉识别和遥感监测技术对茶园土壤、气象、水肥、病虫害进行智能化监控并精准管理，精准减少农残风险，并且可以自动计算茶园碳足迹，形成国际互认的绿色认证数据，打破海外绿色贸易壁垒；在加工环节上，用机器学习算法来拆分非遗制茶技艺，把萎凋、揉捻、发酵、烘干这些经验性操作转化成可量化指标，由AI智能控制设备运行，保证产品的稳定性，实现标准化、规模化的生产以满足海外大批量订单的需求；在品控溯源方面，借助AI快速检测+区块链溯源系统，实现从茶园到茶杯全程追溯，在海外消费者扫码后就可以看到农事记录、检测报告以及生产流程，建立可信的品质体系；在营销及供应链方面，AI大数据抓取海外平台上的消费数据，精准判断不同的海外市场消费需求，反过来指导研发工作；AI多语种工具、数字人直播帮助海外社媒精准传播，智能算法优化跨境物流和库存调度，降低外贸履约的风险。

3.2 全要素重组，催生茶产业新质生产力

AI数智赋能促进产业生产要素全方位重构，培育形成农业新质生产力：一是劳动力要素升级，传统的体力型茶农和经验型制茶师转变为数字技能型劳动者，新增了诸如跨境数字运营、数据分析师、海外品牌策划等新的就业岗位，劳动力结构得到质的提升；二是技术要素创新，通过AI算法固化传统非遗制茶技艺，使经验技艺标准化、可复制化，并形成了数字技术和传统工艺相融合的新技术体系，打破了传统人力产能和品质上的上限；三是生产模式改变，打破分散的小农生产模式，在数字平台上进行订单式、标准化协同生产，精准对接海外市场标准及需求；四是对新业态不断涌现，如茶深加工、跨境数字品牌运营、海外茶文化体验等新业态，使得产业的增长由过去的土地、人力要素驱动向科技创新驱动转变。

3.3 全维度整合，重构现代化产业生态

数字技术打破产业链的信息孤岛，重塑英德红茶产业协同生态：一是主体生态重构，“政府统筹、科研赋能、平台支撑、

企业协同、渠道联动”，中小主体共享公共数字基础设施，减少单独出海的成本，实现集群抱团；二是品牌生态重构，在海外市场利用 AI 技术监测侵权行为，保护地理标志权益，打造“区域公用品牌+企业自主品牌”双品牌体系，避免低价恶性竞争；三是创新生态重构，依托红茶产业研究院、产学研创新平台不断迭代智能制茶、智慧种植、海外营销技术等，形成持续创新的产业支撑体系。

4 “广货行天下”战略下英德红茶出海跃迁优化路径

4.1 分层推进数智转型，弥合产业数字鸿沟

依托广东省的“广货行天下”的专项扶持政策，建立分层分类的数字化转型机制：扶持龙头企业发展智慧茶园、智能制茶车间标杆示范，带动整个产业数字化转型升级；针对中小型茶企业及家庭茶场，搭建轻量化的公共数字服务平台，提供如 AI 病虫害识别、线上溯源、市场数据分析等低成本 SaaS 服务，降低其转型门槛。联动当地院校和科研机构，开展智慧茶产业、跨境数字营销专项培训，培养本土复合型数字人才，夯实产业数字化发展的基础。

4.2 完善国际合规体系，打通市场准入通道

依托地方产业发展条例，统一英德红茶种植、加工、分级地方标准，并实现地方标准和国际食品标准精准对接；搭建公共 AI 检测及碳足迹核算平台，为中小企业提供低成本的农残检测、绿色认证等服务，推动溯源数据、碳足迹数据国际互认；建立海外贸易壁垒智能预警系统，依托 AI 对各国茶叶进口法规、标准进行实时监控并及时向企业推送风险预警信息，提升产业国际合规能力。

4.3 构建本地化传播体系，释放品牌价值溢价

立足不同的海外市场消费特点，打造差异化的、本土化的品牌故事叙述方式，并借助 AI 的多语言工具和当地运营人员，把“世界高香红茶”这一品质优势转化成海外消费者容易理解

的产品卖点；利用海外商会、侨商等资源以及广货海外推广中心，“线上社媒引流+线下高端品鉴”，依托国际展会、海外文化交流等活动，传播英德红茶的文化内涵，提高海外终端的品牌认知度，实现品牌的溢价效应。

4.4 搭建产业大脑平台，重构协同产业生态

由政府牵头、行业协会统筹、龙头企业参与，建设英德红茶产业大脑公共平台，整合全产业链的数据，打破数据孤岛，统一产业数据标准；依托平台实现公用品牌管理、订单统筹、供需匹配、防伪溯源、风险预警的一体化运作，推动产业集群抱团出海；完善数据共享、数据安全、知识产权保护制度，规范产业数据运营，打造高效协同、可持续迭代的现代化茶产业生态。

5 结论

“广货行天下”的战略为英德红茶国际化跃迁带来了政策支持 and 平台机遇；AI 数智赋能则是产业培育新质生产力、重塑产业生态、实现高质量出海的动力源泉。“广货行天下”，AI 数智赋能——本研究发现：AI 技术通过嵌入茶产业种植、加工、品控、营销、供应链全产业链条，重构了产业生产要素、生产模式以及组织形态，并催生农业新质生产力，打破了传统产业出海的多重瓶颈，助推英德红茶实现了从原料出口到品牌、标准、文化协同出海价值跃迁。目前，英德红茶出海仍然存在数字鸿沟、国际合规短板、品牌传播不足、产业协同薄弱等问题。未来需要通过分层推进数智转型、完善合规体系、深耕品牌传播、搭建公共数字平台、深化产学研创新等方式不断释放数字赋能效应，壮大茶产业的新质生产力和完善现代化产业生态。英德红茶的数智化出海不仅能够促进自身持续开拓全球高端市场，而且能为广东各类粤字号特色农产品转型升级、依托广货战略抱团出海提供重要的实践参考，助力岭南特色农业深度融入全球市场，实现高质量对外开放发展。

参考文献：

- [1]李权格. 跨境电商赋能生鲜农产品出海的现实困境与路径优化[J]. 改革与战略, 2026, 42(4):125-129.
- [2]张韵. 社交媒体视域下常德农产品品牌出海传播策略研究[J]. 国际品牌观察, 2026, (6):105-107.
- [3]陈康迪, 吴冰莹. “黔货出海”视域下贵州特色农产品贸易化路径优化研究[J]. 中国经贸导刊, 2026, (6):104-106.

作者简介：肖莹（1979—），男，汉，广东广州人，广东交通职业技术学院，硕士，副教授，主要研究方向：区域经济与贸易、绿色金融。

基金项目：2026 年度清远市哲学社会科学规划课题（QYSK2026116）。