

推动茶产业持续健康发展

——第四届中国茶业国际高峰论坛暨2021年“国际茶日”中国主场活动发言摘编

编者按：5月21日，在第四届中国茶叶国际高峰论坛暨2021年“国际茶日”中国主场活动期间，来自国内茶叶主产省（区、市）农业农村部门的负责人、茶产业方面的专家学者、大型茶叶经销企业负责人、驻华使馆和国际机构的代表出席，商讨茶产业共享共赢的发展之策，感受茶产业助力脱贫攻坚和全面建成小康社会的重要贡献，宣传、推广中国茶叶源远流长的历史文化。本版将论坛发言摘编刊出，为各地茶产业发展启发思路、提供参考。

以茶博会为平台促进茶叶强省建设

浙江省农业农村厅厅长 王通林

茶产业一直是浙江重要特色农业产业之一。浙江省委、省政府高度重视茶产业发展，近年来深入践行“绿水青山就是金山银山”重要理念，按照“高效生态、特色精品”的要求，大力推进茶树良种化、茶园生态化、生产机械化、产业品牌化，对茶产业进行深度开发，初步构建起茶产业、茶生态、茶经济、茶旅游和茶文化有机融合、协调发展的现代茶产业体系。

浙江茶产业主要有以下特点：

一是茶文化源远流长。早在三国时期，浙江就已经开始栽植茶叶。到唐宋，浙江的茶区遍及全省。目前，浙江省内拥有国家级绿茶非遗制作技艺4项、省级12项、县级4项，省级红茶非遗制作技艺1项，全省茶叶非遗传承人超过100人；有各类茶文化组织80多个，茶文化宣传、研究、推广活动蔚然成风。

二是结构质量不断优化。初步形成了以绿茶为主导，红、黑、青、白、黄五大茶类和花茶为补充的茶类格局。持续推进茶树良种化，2020年全省无性系良种茶园面积15.4万公顷，无性系良种率75.33%，特异性茶树品种选育和应用走在全国前列。

三是产业产销两旺。“十三五”期间，浙江茶产业发展总体保持持续增长态势，规模和产值均实现5连增。2020年，浙江茶园面积、茶叶产量、产值分别达20.5万公顷、19.1万吨、238.6亿元，均创历史新高。全省茶叶总交易量、交易额分别达15.6万吨、235.5亿元。茶叶年出口量达到14.6万吨，出口额4.47亿美元，均居全国第一。尤其是绿茶，出口量和出口额占到全国总量的半壁江山。

四是品牌效应凸显。有茶叶区域公用品牌40多个，涌现出了西湖龙井、安吉白茶、大佛龙井等一批区域优势品牌。在品牌带动下，茶叶的种植效益逐年提升，全省茶园平均亩产值达8359元。

五是全产业链蓬勃发展。茶精深加工持续壮大，2020年，全省茶精深加工企业增至111家，利用茶叶20.6万吨，产值43.7亿元。茶休闲、茶旅游、茶养生及茶体验等延伸功能不断拓展，培育了西湖龙井茶镇、松阳茶香小镇、磐安古茶场文化小镇等一批茶业特色小镇，2020年全省涉茶第三产业产值达91.1亿元。茶叶电商快速发展，2020年线上茶产品销售额超7亿元。

站在历史新征程上，浙江茶产业将以绿

色生态高效为主攻方向，以中国国际茶叶博览会为重要平台，充分发挥浙江涉茶资源丰富、技术领先、人才集聚、市场聚焦、文化活跃等优势，持续强品牌、兴产业、扬文化、拓功能，不断健全做强茶叶产业链，大力推进茶产业、茶文化、茶生态和茶旅游融合发展，促进浙江从茶叶大省走向茶叶强省。

一是科技支撑。将进一步健全茶产业技术支撑平台，强化茶产业技术团队建设、三农六方合作，实施茶品种选育科技专项，推进茶叶全程标准化、机械化、绿色化生产，提升茶加工水平，全面实现茶叶生产条件改善、茶叶品质提升、茶产品质量安全。

二是品牌引领。将重点做强一批区域公用品牌，打造一批企业品牌，提升一批产品品牌，形成“浙茶”品牌矩阵。

三是数字赋能。全面推广茶叶生产数字技术应用，建设一批茶叶数字化生产基地，一体化推进智慧茶园、智慧茶厂和智慧茶市建设，打造智慧茶业全产业链。

四是平台升级。继续高水平办好中国国际茶叶博览会，同时依托农产品加工园区、现代农业产业园、特色农业强镇等，做大做强茶叶产地市场和服务平台。



论坛现场。

徐豫摄

统筹做好茶文化、茶产业、茶科技这篇大文章

福建省农业农村厅厅长 黄华康

茶叶是福建重要的优势特色产业。今年3月，习近平总书记在福建考察时强调，要统筹做好茶文化、茶产业、茶科技这篇大文章，坚持绿色发展方向，强化品牌意识，优化营销流通环境，打牢乡村振兴的产业基础。我们将牢记总书记嘱托，奋力谱写福建茶产业高质量发展新篇章。

第一，坚持守正创新，大力弘扬茶文化。福建是世界乌龙茶、红茶、白茶及茉莉花茶的发源地，茶文化历史悠久、底蕴深厚。我们将致力增强茶文化软实力，积极培育茶产业转型升级新引擎。

着力打造闽茶文化品牌，充分发挥闽茶名茶众多的优势，持续深化安溪铁观音文化节、武夷山“喊山祭茶”、福鼎白茶开茶节等特色茶文化活动，不断挖掘茶文化内涵。

着力提升闽茶文化品位，不断完善福鼎白茶、安溪铁观音茶文化系统，积极申报“全球重要农业文化遗产”，加快培育国家非物质文化遗产茶叶制作技艺传承人、制茶大师，提高福建名茶、名品、名师知名度。

着力扩大闽茶文化影响，持续开展“闽茶海丝行”活动，大力宣传“茶和世界 共品

发展”理念，充分发挥在13个国家（地区）设立的“闽茶文化推广中心”作用，搭建更多茶文化展示窗口，经贸合作平台和文化交流桥梁，讲好闽茶故事。

第二，坚持全链条发展，做强做优茶产业。不断优化产业布局，推动优势品种向适宜区域集聚，加快建设安溪铁观音、福鼎白茶等现代农业产业园和武夷岩茶、福建红茶等优势特色产业集群，打造一批茶业强镇强村，形成闽茶产业点线面协同发展新格局。

不断强化龙头带动，培育壮大168家省级以上涉茶农业产业化龙头企业，积极发展农业产业化联合体，创新“联农带农”机制，保障茶农稳定增收，让茶农尽享产业发展红利。

不断深化融合发展，加快建设一批茶

庄园，打造一批茶叶特色小镇，提升武夷山“印象大红袍”等茶旅项目，推广茶园生态游、茶乡体验游、茶事研学游等新业态新模式。到2025年，力争实现全省茶叶全产业链总产值超过2000亿元。

第三，坚持创新驱动，持续提升茶科技。更加注重新品种选育，加强茶树优异种质资源保护与利用，加快选育推广特色明显、抗性显著、适应性广的茶树新品种，示范推广金牡丹、瑞香等优良品种，不断优化茶树品种结构。

更加注重数字赋能，拓展福建“农业云131”信息平台功能，实施智慧茶园工程，建立茶园物联网应用基地，推广5G、智能装备等现代信息技术，综合茶叶交易、茶叶大数据、茶产业服务和茶文化推广四大功能，整合优质资源，建设“福茶网”，推动线上线下深度融合，提升现代茶产业核心竞争力。

更加注重技术服务，持续开展百万茶农培训行动，每年培训高素质茶农10万人，远程培训30万人次以上，持续强化现代茶叶产业技术体系，充分发挥科技特派员作用，大力推动茶叶科技成果普及推广。

依托科技创新 突破产业发展瓶颈

中国工程院院士 刘仲华

中国是茶业大国，拥有全世界60%以上的茶园面积和50%左右的茶叶产量，全世界每两杯茶中就有一杯来自中国。尽管我国茶业的综合体量第一，但存在一些隐忧和发展瓶颈，例如茶叶产销失衡矛盾正在凸显，茶叶生产的劳动力成本攀升，茶叶质量安全隐患依然存在，茶叶出口规模增长速度缓慢，夏秋茶资源利用率偏低等。如何通过科技创新来突破瓶颈？

以概括为五个方向、五个途径。五个方向：要从欠发达国家向发达国家拓展，从绿茶绝对主导向多茶类拓展，从低档茶向中高档茶拓展，从散装茶向小包装茶拓展，从传统茶向精深加工茶叶拓展。五条途径：突破质量安全瓶颈，突破成本竞争压力，创新符合国外消费需求的新产品，以科技创新、文化传播影响消费国生活方式和饮茶方式，加快包括跨境电商的营销模式创新。

第一，依托科技创新，提升茶叶品质。要通过选育高香气、高品质成分、高功能成分、高抗逆性的优异茶树品种，来提高茶叶品质。要注重茶树与茶园土壤营养水平精准调控，解决茶园面积快速增长带来的养分失衡、养分缺失问题。要加强茶园病虫害绿色防控，不断加大生物、物理、生态的防控技术创新和推广。要全面提升名优茶机械化、自动化、标准化加工水平，推进茶叶加工现代技术创新。要加强茶叶品质定向调控加工技术创新研究，利用现代科技精准定向加工我们所需要的色、香、味、形品质。

第二，创新出口茶产品，提高国际竞争力。我国茶叶国际市场拓展的战略路径，可

在出口茶产品的创新方面，要开发中高档绿茶产品，保持绿茶出口优势；发展优质高香红茶，形成竞争特色；通过技术创新，推进花茶出口数量金额双跨越；不断创新新袋泡茶的花色品种；加强开发形形色色的花草茶；逐步拓展中高档名优茶、特种茶的国际市场。

第三，依托茶业深加工，高效利用茶资源。茶叶深加工分两个阶段：第一，利用现代技术提取分离纯化主要茶叶功能成分或有效组分；第二，进一步把茶叶有效成分或有效组分，借助茶与健康研究成果，延伸应用到天然药物、健康食品、功能食品、功能饮料、日化用品、环保用品、动物营养品中，研发茶饮料、茶

食品、保健产品、美容护肤品等深加工终端产品，助推茶叶向大健康领域跨界升级。

我国茶叶深加工的发展，催生了千亿级产业规模。目前，我国速溶茶消费不断增长，茶浓缩汁直接进入终端消费，茶的健康产品日益流行，茶的美容护肤品为国内外现代女性所钟爱。这是传统茶业依托现代高科技向大健康产业延伸的高倍增值过程，也是中国茶产业未来发展的重要方向之一。

第四，研究茶的健康功能，驱动茶叶健康消费。现在，茶不单单是一种生津止渴的饮品，更是一种安全的健康产品。所以，茶的健康属性是驱动国际国内茶叶消费的核心动力，要把茶与健康研究的成果融入我们的生活。

茶的核心健康属性主要包括：延缓衰老（包括容量衰老、记忆力智力衰退、代谢机能下降等）、调节代谢（包括糖代谢、脂质代谢、蛋白质代谢等）、调节免疫力。期盼人们爱上茶，我们倡导24小时的茶生活方式。只有让茶走进人们生活的每一分钟，茶的空间才会越来越大，茶的价值才会越来越高，茶的规模才会越来越大。

“杭州指数”为产业运行提供数据支撑

国家茶叶产业技术体系首席科学家 杨亚军

为全面掌握和反映我国茶产业运行情况，探寻与揭示产业运行规律，满足政府、企业、茶农、科研机构等主体对产业发展基础数据的需求，在中国国际茶叶博览会组委会的指导下，国家茶叶产业技术体系、中国农业科学院茶叶研究所、浙江工商大学、杭州市发改委通力合作，共同承担了“中国茶产业杭州指数”（简称“杭州指数”）的编制工作。

2021年报告的数据来源，茶青数据来自116个主产县的416个初制加工厂，干茶批发数据来自18个产地批发市场的92个经营户，报告期为2021年2月6号到4月20号。主要结论如下：

今年茶青价格总体呈震荡上升趋势。

近年来，由于春季气温回升较快，茶青上市比往年期早。2月6号广西观测点就开始上市，整个报告期固定观测点累计交易量为1608万公斤，交易额9.6亿元，交易均价59.6元每公斤。

同比价格指数方面，今年茶青同比价格指数是138.7%，同比增长了38.7%。从走势来看，总体呈震荡上升趋势，后期的涨幅

要高于前期，前期是在110%—146%之间震荡，而后期是在144%—165%之间震荡。

从分省看，有14个省茶青同比指数高于去年，有2个省略有下降。

从交易量来看，交易量指数是91.4%，同比略有下降，主要可能是初期跟后期的降幅比较大。

从分省来看，10个省茶青交易量高于去年，1个省持平，5个省低于去年。从占比来看，湖北、四川、贵州、福建、浙江5省排前五位，而这5个省交易量占了总交易量的70%。

第二，产地干毛茶批发交易额涨幅较大。报告期内固定观测点累计交易量为175.3万公斤，交易额为4.9亿元，交易均价为279.5元每公斤。其中绿茶占了交易量的84.9%，交易额的93.9%。

从同比价格指数看，同比价格指数是108.1%，比去年同比上涨8.1%。总体来看，前期都是比较高的，后期略有下降。

从茶类看，绿茶同比价格指数是109.8%，红茶基本持平，99.1%，黑茶100.8%，略有上涨。

从交易量来看，同比交易量指数是135.5%，同比上涨35.5%，特别是初期涨幅很大，主要是因为去年受疫情影响，前期很多批发市场没有正常营业，所以增幅比较大。

从茶类来看，绿茶同比交易量指数为145.6%，红茶是97.6%，黑茶是209.1%，黑茶有比较大的增长，去年受到疫情等多重因素影响，交易量有较大萎缩，所以今年涨幅比较大，但对历史数据，当前仍处于恢复性增长阶段。

此外，浙江省代表性名茶茶青交易价格指数均高于去年。

今年安吉白茶是3月19号开始上市交易，从观测点来看，茶青同比价格指数是116.7%，从走势来看是前期增高，到后期略有下降。交易量指数是145.8%，高于去年。

今年西湖龙井是3月13号开始上市交易，从观测点数据来看，茶青同比价格指数为137.6%，比去年高了37.6%。从报告期走势来看，全部是高于去年的，交易量比去年有所下降，是93%。

茶企要在守正创新中谋求产业升级

中国茶叶股份有限公司董事长 殷建豪

当前，茶产业总体规模虽然庞大，但商业化创新发展还处于起步阶段。茶产品呈现浓厚的农产品特征，消费品属性弱，距离成熟的消费品行业还有很大的差距，其中的问题主要体现在“三多三少”。

第一，名茶多、品牌少。地方名茶很多，消费者还是把它们作为区域性土特产品在购买，很少有跨区域、跨品类的知名品牌，造成行业发展分散、区域化、品类化明显，品牌化不足，茶企很难全国性发展。

第二，传统多、创新少。喜欢围绕“叶子”讲故事，喜欢挖掘山头、年份。对于消费者品饮的便捷性、口感、功能的关注很少，阻碍了茶叶向更年轻、更大众消费者的传播。

第三，作坊多、龙头少。全国100多万家茶叶企业，很多都是作坊式的运营，产品良莠混杂，标准化发展不够。真正能够引领行业的龙头企业不足，无法有效发挥资源配置作用、发挥技术储备优势、发挥现代

商业运作的成熟体系，带领茶行业向规模化、标准化、商业化转型升级、创新发展。

茶产业必然要从散乱向规模化发展转变，要从区域品类化向企业品牌化发展转变，要从产品感性认知向标准化理性认知转变，要从前店后厂向靠消费者需求增长转变。

对茶企来说，要坚持“守正创新”，守正就是要立足中国茶的传统属性，建立就是要通过产业化、科技化的方式，建立基于市场和消费导向的产业逻辑。未来茶企需要围绕“四个化”谋求升级：

第一，规模化。规模化的核心是产业化，是要发挥龙头企业的汇聚带动作用，加强对茶全产业链的整合。茶企需要更多地用市场和消费者思维，运用最新的科技手段，运用大数据，把全产业链、全要素整合在一起，让茶产业深度融入到消费升级中来。

第二，标准化。“标准”是根基，各环节标准的制订和执行是茶产业进一步发展的基础。应建立一整套从茶园到茶杯的管理

体系，让消费者可以信赖的产品品质标准。企业要积极参与到行业标准的制定，从全行业、全产业链的角度推动行业标准化进程，从企业标准参与定义行业标准。

第三，精细化。对不同的消费人群进行细分，对不同的渠道进行细分。企业一方面要加强创新，通过改变产品形态、增加产品功能，重塑商业模式，去挖掘年轻群体的需求，让茶叶行业更年轻、更时尚。另一方面，也要加强对传统茶叶市场的挖掘与升级，做深做细和满足不同消费人群的需求。

第四，国际化。随着中国文化不断传播，中国茶产业需要转变思维，面向世界，加大中国品牌茶的国际化。中国茶文化代表了中国人崇尚自然、追求健康的生活理念，这在不同族群间是相通的，是中国茶国际化的文化基础。

中国茶产业正处在创新发展的关键时刻。作为传统的朝阳行业，茶产业必将实现全面的升级，迎来更大的发展。

以茶产业高质量发展助推乡村振兴

中共湖北恩施州委副书记、州委秘书长 夏锡璜

恩施州是我国重要的茶树原产地，多年来，我们立足“生态、富硒”优势，全力推进全域绿色生产和清洁化加工，打造精品名牌，培育茶文化、聚力市场营销，走出了一条特色鲜明的强茶兴茶之路。全州现有茶园面积180万亩，2020年干毛茶产量12.2万吨，综合产值170亿元，“一片叶子”带动80万茶农脱贫致富，茶产业成长为具有较强综合竞争力的支柱产业。

站在新的起点上，茶产业如何适应新发展阶段，破解整个行业面临的供求失衡、质量不稳定、综合效益不高等问题，是实现茶产业高质量发展助推乡村加速振兴的关键所在。

一是加快实施品种改良。农产品的地域适应性是其最重要的属性。要大力选育和推广各区域、各茶类最适宜的优良品种，加强无性系良种繁育，加快压茬开展老茶园改造，以优良的品种和高标

准建园，为茶产业高质量发展奠定坚实基础。

二是全面推行绿色化发展。要通过严格茶叶生产化学投入品，保证质量安全和茶叶高品质；要通过对加工环节能源、设施等的绿色化改造，实现清洁优质加工；要大力推动包装物简易化生态化，纠正过度包装，引导推行低碳节能环保包装；要倡导绿色消费理念，杜绝天价产品和不切实际的炒作，树立茶行业公信力。

三是着力打造知名品牌。品牌小、多、杂、散是整个行业的通病，品牌整合是我们必须要做的必答题和大文章。在不同的市场空间中，品牌的意义和作用也各不相同。公用品牌到底是在某一层级的行政区划中去谋划，还是在相邻茶区或者相近茶类中去构思，有待深入探索。打造茶界的巨型航母，依靠公用品牌举旗，市场和行政同向发力，会是一条有效的路径。

四是合力开拓新的市场空间。在国内市场上，着眼于新世代的新需求，创造更多具有独特魅力和流行张力的新茶饮供给。同时，也要通过文化影响引导更多的新生代加入到传统茶消费的行列中来。通过科技创新，开发更多能进入生产环节的、以茶叶为主要原材料的新型日用、保健、美容等用品。在国际市场上，需要较高层面的机构统筹，巩固和拓展传统产品市场，开拓名优绿茶消费新区域，使茶叶外贸实现量质并增的目标。

五是深化茶文旅融合。在乡村振兴的大背景下，茶的业态应更加丰富、功能更加多元。要用全新的思维开创以茶为基础，以文化为灵魂、以旅游为形态的融合发展新路。通过茶园景观化改造，增强吸引力；发展体验、研学、创作、演艺、民宿、网红等多种业态，实现产业增值；打造高知名度经典茶旅景区和线路，形成龙头带动效应。