

年轻群体热衷“健康慢消费”

老茶叶“减龄”迎来新市场

□ 本报实习记者 贾陶文

满足快节奏生活

戒糖！戒奶茶！戒咖啡！戒饮料！如今，在快节奏生活方式与大健康消费趋势的共同影响下，年轻消费群体对于饮料的选择，已经并不只关注口味的享受，“喝得健康”成为他们关注的话题。一时间，泡一杯茶成为年轻人的新消费选择。第一财经商业数据中心发布的《2020天猫茶行业消费趋势报告》显示，近年来，年轻人在茶上的消费力十足。90后和85后的老青年们在消费占比上盘踞较头部位置，95后的新青年们在消费增速上名列前茅。

“茶周边”带来仪式感

年轻消费群体对于饮茶的热衷，带动了“茶周边”产品的升温。追求饮茶中的仪式感，成为一种“慢生活”的休闲方式。

4月3日，记者在北京马连道茶缘茶城走访看到，众多“茶周边”令人眼花缭乱，目不暇接。既有适合办公室和差旅外出的饮茶随身套装，又有各种适合“慢生活”的茶道组合。这些茶道组合的材质有陶瓷、紫砂、生铁、玉石、红木等，根据工艺、材质、年代的不同，价格从几元到几万元不等。

记者向商家了解到，一套家用的专业茶道配置，包含茶海、茶壶、公杯、茗杯与茶滤，如果追求专业点的茶道享受，还需要加上陶炉、铁壶、茶煮、熏炉、茶棚、茶席、茶洗、茶针、茶巾……

“现在，年轻人对于茶道的配置要求很高。不仅注重实用性，更要求很高的艺术性和工艺性。”一位销售人员对记者说：“年轻人对于茶叶与‘茶周边’的消费能力很强，不仅有茶道配置的硬件需求，还会去学习茶知识和参加茶艺培训。”

饮茶对于一部分年轻消费者来说是“慢生活”的休闲方式，而茶叶提神醒脑的功效，也让一部分消费者把茶叶当作饮料、奶茶与咖啡的替代品。因此，在快节奏的职场环境中，便捷就成为了传统茶饮转型的趋势。

记者在多家购物网站搜索发现，适合办公室环境饮用的茶包种类非常丰富。相较以往只有绿茶、红茶和花茶的单一产品形式不同，西湖龙井、桂花乌龙、碧潭飘雪等名茶也开始装进茶包，给消费者更多、更便捷的饮茶选择；同时提升了茶包产品的味觉感受与品质需求。众多知名茶叶品牌、百年老字号茶庄也加入了茶包产品的市场竞争。这种“化整为零”告别散装称重的销售模式，不仅为消费者饮茶带来便捷，也让一些百年老字号重新走进了年轻消费群体的视野。

记者了解到，目前市场上“告别繁琐”适合便捷饮用的茶饮产品越来越多。其中，冷泡茶就是传统茶产品转型中的“一股清流”。根据《2020天猫茶行业消费趋势报告》显示，冷泡茶在2020年的增速是整体茶品类增速的近10倍，其中大部分订单都出自90后和95后之手。这种产品是一种将茶叶与纯净水组合的即饮产品，消费者只需通过轻轻拧动瓶盖，等待几分钟，一瓶清热去火的冷泡茶就可以饮用了。此类产品，将冰凉的口感与健康的茶饮结合，满足了年轻人追求健康冷饮的需求。

除了茶包和冷泡茶，模仿咖啡的挂耳茶包为年轻消费群体获得更多动手的体验，虽然比茶道流程渐变，但是可以亲自动手控制茶汤的浓淡与色泽，具有浓郁的品质感格调。



转型复合型口味

曾经有一句很有哲理的话在网络流行，“喜欢茶的苦，就说明你成熟了。”但是，在时下以“悦己”为流行主题的消费市场，年轻消费群体的“刚需”是追求好口味与多重味觉体验的饮茶感受。市场上像鸡尾酒一样的“鸡尾酒”，为传统的茶饮市场注入了年轻的活力，也让众多消费者找到了“鱼与熊掌”的平衡。

从传统的菊花普洱、小青柑、三炮台、八宝茶、人参乌龙，到更为时尚的荷叶白茶、白桃乌龙、柑橘龙井、花果红茶……不少茶企抓住年轻消费市场需求，纷纷开启复合型口味转型。

在北京马连道茶缘茶城，某茶业品牌销售人员向记者介绍，传统的茶叶更多是追求一个“纯”字，甚至饮茶时要“净手”“净口”，以及不能熏香和涂抹浓重的化妆品。但是，在现在年轻人对于茶饮更喜欢丰富而直观的味觉层次。传统品茶道

求的岩骨花香、板栗香、岩韵、樟木香、兰花香对于年轻消费群体来说过于“虚幻”，而时尚茶饮的桃香、桂花香、柑橘香则更为直观。以白桃乌龙为例，初饮果香浓郁、甜腻芬芳，而后乌龙茶的底蕴才会慢慢显露出来。“一杯容五味”的感受更满足年轻消费者的味觉需求。

对此，中国食品产业专业人士指出，任何一个传统的产业，都曾经是古时候的新潮流行。饮茶的习俗也是随着时代而变迁的。从最初的煎茶、点茶到现在的泡茶；从团茶、散茶到如今的袋茶，都是传统茶产业积极迎合时代的表现。对于现在的年轻消费者而言，饮茶的情趣绝不能再和百年前的古人一样，直观、便捷、又不至于乏味，才能真正打通满足年轻消费群体的需求。传统茶饮在积极求变转型的过程中，加之清心明目、去油解腻、清肺养肝的功能性与实用性，一定会成为年轻消费群体的首选，饮茶不仅是一种时尚，也将融入生活，成为一种健康的生活方式。

茶业流通体系升级

充分利用电商平台培育品牌 全力打造头部产业集群

茶文化是中国国粹，茶产业是我国重要的富农产业。目前，我国茶产业进入全面提质增效的重要窗口期，提升茶企业竞争力、形成茶品牌影响力、培育茶经济增长点、有益于助推乡村振兴、促进高品质消费。4月7日，京东超市与中国茶叶流通协会签署五年战略合作协议，双方将发挥各自优势，在集群打造、品牌培育、数据建设、活动配合、推广宣传、助农增收、资源支持等方面展开广泛合作，共同推进茶产业消费升级和数字化发展。

我国是全球最大的茶叶生产与消费国，中国茶叶流通协会秘书长梅宇介绍道，2020年全国茶园面积达到4747.7万亩，茶叶产量298万吨。六大茶类中，绿茶、乌龙茶产量继续稳增，红茶、白茶、黄茶产量激增，黑茶略有减产，名优茶仍是创造茶产业价值的主力军，在销售通路方面线上平台发力明显。

据此次签约现场发布的《京东茗茶消费者趋势》显示，京东茗茶消费者呈现年轻化、高学历、高收入、高消费的趋势，线上茶叶主要消费群体正逐步从中老年向年轻群体拓展。广东、

北京、江苏、山东、上海占据了约50%的茗茶用户，与此同时，三线以下城市购茶新用户高速增长。在茗茶消费上，用户特别重视正品好货、产地溯源和文化加持，此前京东超市联合各地政府打造的“茗茶产业带”合作项目，不仅为消费者带来福建铁观音、安徽六安瓜片、云南普洱等产业带标杆好茶，也实现了扶农助农，促进农业转型升级。

中国茶叶流通协会是茶叶行业生产、加工、经营、管理、科研、教学等领域的全国性社团组织，承担着提高茶行业技术水平和企业管理水平、促进茶行业内外合作和横向经济联合、发挥行业群体优势等多方面责任，致力于拓宽茶产品市场，弘扬中国茶文化。

中茶协会会长王庆表示，“当下人们对茶叶，特别是高品质茗茶的需求不断提升。而随着数字经济的发展以及消费习惯的升级，茶产业也要拥抱和融入数字大潮。今年是推进‘国茶振兴’五年计划的开局年，中茶协与京东超市强强联手，达成为期五年的战略合作协议，充分利用电商平台培育全国名优茗茶品牌，全力打造头部产业

集群，为消费者提供高质量、个性化的消费体验，并且共同推进茶产业创新发展和数字化进程。”

据悉，中茶协与京东超市的战略合作将围绕多个方面展开。在茶产业集群打造方面，双方将联合打造头部茶叶企业集群，以优惠的招商政策、运营推广，促进头部企业在京东平台的发展。品牌培育方面，双方将构建专属品牌培育方案，给予运营培训、专项宣传、推荐活动等支持。而在数据建设上，依托京东丰富的消费数据及中茶协的行业数据，可以对品牌发展、产品流通、用户画像等进行分析，为市场提供有益参考。

此外，双方还将举办京东超市茶叶节、中茶协展会与茶业经济年会等活动，共同促进茶叶市场蓬勃发展。中茶协副秘书长申卫伟介绍到，中茶协将与央视、京东超市共同推出《中国茶业品牌计划》，面向全国各地区茶叶品牌，在品牌影响力方面联合媒体平台进行推广，开展全国春季、秋季茶新品推荐发布活动，在培训支持、消费引导、文化宣传等方面，京东超市与中茶协也将深度合作，

探索进行消费引导与消费促进。此外，本着助推乡村振兴的宗旨，中茶协将帮助贫困地区拓宽茶叶销售渠道，京东超市也将对贫困地区入驻商家予以支持，积极助力农民增收。

一直以来，京东超市致力于在消费者和茗茶原产地之间架起流通桥梁，满足消费者第一时间品尝好茶的需求。京东超市已连续7年举办春季茶系列活动，跟随西湖龙井、竹叶青、黄山毛峰等品类开展采摘节奏同步上新，携手众多茗茶品牌共建京东春季茶品质联盟，并推出“茗茶无忧险”从品质方面为消费者提供更加稳定的保障，第一时间为消费者带来高品质茗茶。未来，京东超市在茗茶品类规划上“一横一纵”战略，横向打造茗茶产业带店铺，为消费者提供真正的原产地好茶，促进农业转型升级，纵向重点扶持传统品牌，进行品牌文化共创，利用京东大数据优势在新品、爆款、C2M领域持续孵化，助力品牌提升行业影响力。

京东集团副总裁、京东零售消费品事业部总裁刘利群表示，“京东超市始终坚持品质好茶概念，希望能够让消费者更加简单、直接地购买到真正的品质好茶。此次与中茶协达成进一步的战略合作，也期待能够共同促进中国茶流通体系的升级、建设，培育出更多全国性的茶叶品牌，持续推进茶领域标准化体系建设，实现国茶振兴目标，助力中国茶文化发扬光大。”（财经网）

区域动态

助农增收 湖北恩施强化茶叶品牌建设

“刚卖了62斤鲜叶，领到了2313元。”清明时节，湖北恩施蓝焙茶业股份有限公司洞下槽村总部基地，村民余永兰交售鲜叶。

余永兰家种了10亩茶叶。蓝焙茶业与她家开展订单合作，这几年，鲜叶收购价不断提高，余永兰家种茶收入也水涨船高。“估计今年春茶收入有3万元，比去年增收1万元。”

恩施州委办驻洞下槽村第一书记谭剑介绍，2003年以来，洞下槽村发展茶园1.1万亩，但因管理粗放，又无品牌，卖不起价，机采大叶茶每斤只能卖1.2—1.5元。后村里引进当地知名茶企，通过茶企免费培训、优茶优购等方式，引导茶农科学管理茶园，发展有机茶，按标准采摘鲜叶，今年鲜叶最高卖到85元/斤。

恩施玉露是湖北名茶，也是中国绿茶蒸青工艺的代表。2018年，恩施玉露在武汉东湖成为国事用茶后，蒸青技艺被消费者广泛认知、接受。借此机遇，恩施加大了恩施玉露品牌建设力度。

恩施市农业农村局副局长廖华介绍，恩施当地一批茶企传承创新了恩施玉露传统制作技艺，增强了恩施玉露的核心竞争力，恩施玉露品牌价值不断提高，2018年为18.07亿元，2019年为20.54亿元，2020年又增至23.07亿元。

品牌的强化让恩施玉露步入发展快车道，也让茶叶产业的辐射带动作用大幅提升。2017年洞下槽村脱贫出列，2020年人均可支配收入达1.68万元，村集体经济收入达32万元。

增加就业创业“筹码”

福建鳌阳镇举办茶艺师培训班

3月27日—31日，福建省宁德市鳌阳镇结合“乡村课堂”活动，联合寿宁县人力资源和社会保障局、县启航职业技能培训社，聘请寿宁县茶产业发展中心省级科技特派员郭胡津、市级科技特派员徐琼芳、市级科技特派员许兴隆、三级茶艺师林碧庭、三级评茶员张洪军，为脱贫户、就业困难人员、失业人员等举办了为期四天的茶艺师项目制培训班，共培训185人次。

本次培训从茶叶种植、茶叶基础知识、茶汤品鉴、茶叶冲泡法、加工等方面进行具体而细致地讲解，让学员们进一步学习掌握茶的科学冲泡和品鉴方法，更好的传承中国茶文化，让学员在理论与实践的结合中接受茶学茶艺的系统培养，掌握新的职业技能，增添就业创业“筹码”。（许丽文）

一季度贵州湄潭

茶叶出口额突破400万美元

近日，贵州省遵义市湄潭茶叶出口迎来开门红。今年第一季度，湄潭茶叶出口总额达400余万美元。

在湄潭县京贵茶业茶花产业发展有限公司生产车间内，机器轰鸣，茶香四溢，工人们正在对当天的茶青进行揉捻。这批茶叶加工完成后，将搭上出口专列，销往香港进行分销。该公司以出口红茶为主，以东南亚和中东地区为主要出口方向，其产出的茶叶将运往香港进行分销。

去年，湄潭县茶叶出口额首次突破两千万美元，京贵茶业茶花拔得头筹，出口额占800万美元。今年第一季度，京贵茶业茶花的出口额大概在100多万美元。“首先由我们公司报检，得到了检测报告之后，我们就联系运输公司把茶叶运到港口再申请报关，有通关单后再经过港口到香港。我们的经销商就会把茶叶分销到迪拜、新加坡、泰国等地方。”湄潭县京贵茶业茶花产业发展有限公司负责人金志伟说。

据了解，近年来，湄潭县抓住茶叶出口不放松，从源头管理、茶叶加工、茶叶质量安全检查等方面入手，全力推动茶叶出口行业的健康发展。今年，湄潭将重点着手扶持茶企，全方位布局茶叶出口贸易发展，

实现茶叶内外贸易双轮驱动。

2020年，湄潭县实现茶叶直接出口总额2050.74万美元，完成茶叶间接出口2118.64吨，6242万美元。今年，湄潭继续在茶叶出口贸易上发力，截至3月底，茶叶出口总额达421万美元。随着夏秋茶的上市，茶叶出口将逐月向好。“引导加工大户扩大夏秋茶类的生产，鼓励他们去申报海关基地备案，帮助中型企业去办理出口贸易的资质，支持贸易营销企业推进销售高效循环的举措，让湄潭的茶叶企业在出口贸易方面有原料的供应企业，有生产加工企业，有贸易营销的企业。”湄潭县茶产业发展中心副主任刘艺说。

据介绍，2021年，湄潭县将继续推进茶叶出口贸易专班相关工作，确保新增茶叶外贸实绩企业8家、具备齐全资质的茶叶企业20家、茶叶出口食品生产企业备案20家、茶叶出口食品原料种植备案基地10万亩，引进大宗茶精制拼配企业1至2家，建立1家茶叶出口综合服务公司，全年实现茶叶直接出口贸易额达5000万美元，成功申报省级外贸转型升级示范基地建设，筹备国家级外贸转型升级示范基地申报。（贵州日报）

西麦全产业链把控燕麦品质

4月3日，国内知名燕麦品牌西麦在成都举办了以“好燕麦，吃西麦”为主题的品牌战略发布会。

国家燕麦荞麦产业技术体系首席科学家任长忠院长出席会议并发表“燕麦产业链全，吃得才安全”的观点。任长忠介绍了西麦在产前、产中、

产后全产业链有机整合的产业模式：产前强化供应链，产中打造科技链，产后提升创新链。他表示我国燕麦产业发展在提升民族产业竞争力、低碳经济绿色发展、满足社会健康饮食消费、助力精准扶贫乡村振兴乡村发展、一带一路打通国际市场方面都承担着重要的责任，并高度肯定了西麦对中国燕麦产业发展的积极推动作用。

从田间到餐桌，西麦燕麦全产业链10大环节一手掌控。在产业链上游，西麦签约全球公认的好燕麦黄金种植产区，拥有得天独厚的自然资源。严格遵照国际化的标准，从种子开始，依据国家育种计划，优选中澳燕麦育种专家培育的专属品种，每道工序，每个环节，粒粒精选。从撒下种子

的那一刻，严格按照GB/T 19630和农业部绿色体系标准规范种植，有机产品做到0激素、0化学合成化肥与农药。并在供应管理上实行全球长期战略合作联盟，共享“公司+基地+农户”信息资源。切实做到让每位消费者都能享受到来自好产地的好燕麦。

在产业链中游，西麦投资重金建设自有工厂，从2003年在广西贺州建立第一家燕麦工厂至今，还完成了江苏宿迁生产基地、河北西麦生产基地一期与二期新工厂的建设。西麦的仓库具备自动化仓储技术，分品种精准存放。拥有“航空母舰”级生产线，掌握独家切3段细化工艺。10万级GMP净化车间。全自动精准计量包装设备，绿色环保阻隔多层薄膜复合

包装。从基地开始，全程监控，设置多道CCP点，过程严于BRC国际食品安全全球标准。并与拥有160年历史的谷物设备生产商瑞士布勒公司达成战略合作。将优质的燕麦原料转变为更高质量的冷食燕麦新品，享有与全球同质同步的先进技术，助力西麦战略升级和产品创新，全力打造好燕麦，赋能健康中国！

在产业链下游，做到产品溯源，有机燕麦一包一码，全程透明可追溯，让消费者有据可查吃得放心。售后还会有西麦燕麦大使制定燕麦膳食方案，让每一位消费者吃得更贴心。西麦以中国燕麦全产业链上市企业的绝对优势领跑燕麦行业，为消费者的食品安全与健康营养保驾护航。



四川省荣经县举办手工制茶大赛

4月6日，四川省雅安市“建功‘十四五’、奋进新征程”喜迎建党100周年荣经高山绿色茶叶制作劳动技能大赛在荣经县贡嘎广场举行。据悉，荣经茶叶生产历史悠久，高山绿色有机茶产业是荣经的特色优势产业。目前，荣经茶园总面积达11.8万亩，鲜叶产值2.1亿元，毛茶产值2.2亿元，茶产业已成为部分农民工的重要收入来源。（新华社）

遗失声明

北京芷萱禾香商贸有限公司公司公章、财务章不慎丢失。声明作废。统一社会信用代码：91110105339735452B。经营地点：北京市朝阳区高碑店乡高碑店村古典家街1617-5号。法定代表人：王立石。特此声明。北京芷萱禾香商贸有限公司 2021年4月12日