

## 数字化持续赋能

当科技赋能传统茶产业，茶工厂里的“黑科技”让人惊叹不已。近日，泾渭茯茶数智工厂在陕西咸阳正式投产。据介绍，该工厂集数字化、绿色化、自动化、信息化、智能化于一体，是全国首条茯茶数字化生产线。

在数智工厂内，地面间隔贴着正方形二维码条，搬运机器人头部亮着两束红光，扫码前进，将货物送入相应货位。在遵循传统制茶工艺的基础上，数智工厂借助物联网、大数据、云计算的方式对生产流程进行优化，实现了茶品生产全流程可追溯，标准化程度得到显著提高。

“很长时间以来，我国茶产业与国外存在差距，一个关键问题就是标准化不到位。”安徽农业大学原校长、博士生导师夏涛坦言，标准化生产关系着茶品规模化和品质均一化，只有解决了标准化问题，品牌支撑才更有内涵，高质量茶品生产才更稳定。

以茯茶生产为例，作为一款发酵茶，如何让每一块茶砖都能达到稳定且一致的发酵程度？泾渭茯茶有限公司董事长胡歆介绍，数字化产线上设有大量传感器和数据采集点，这些采集点包括产品加工等信息，借助大数据分析将其和产品质量关联起来，从而进一步优化流程参数与生产工艺，达到茶品生产更加可控的状态。

如今，数字化已经融入茶产业全链条。2021年，针对白茶品牌辨识度低、行业管理难等情况，浙江湖州安吉县创新推出安吉白茶数字化管理体系，推动白茶产业治理模式变革。安吉县鄣吴镇玉华山茶厂员工陈淑芳感慨地说：“有了数字化的新科技，种茶省力又省心。气象信息、病虫害预警，还有科学施用农药方法都能随时掌握，有啥不懂就线上咨询农技专家。”

如今，走进安吉白茶核心生产基地，全景可视化视频监控映入眼帘，农产品质量检测等智能管理装备信息在屏幕上实时更新。安吉经见茶叶有限公司总经理沈亚冰表示，有了数字化赋能，多年来制约行业发展的茶叶产能低、茶园管理不精细、用工成本高等痛点得到解决，安吉白茶的单价也有了明显提高。

春茶飘香  
产业蝶变

“采茶喽！”茶山深处传来阵阵喊山声，浙江绍兴新昌县的茶农们身背茶篓，轻掐嫩芽。双手飞舞间，今年第一杯大佛龙井新茶上市在即。

春暖大地，芳芽吐绿，茶叶飘香正当时。“作为世界第一大茶叶生产国与第一大消费国，我国茶产业20余年来始终稳定向前发展。”在日前举办的第十八届中国茶业经济年会上，华全国供销合作总社监事会副主任宗义表示，我国茶产业在助力乡村振兴、“一带一路”等国家战略的实施，提振经济、服务新发展格局等方面发挥了重要作用，为经济、文化、生态建设作出了贡献。

## 构建茶文化体系

刚进入傍晚，陕西咸阳特色街区福园巷子的露天茶馆里已座无虚席。茶客们三五人围坐一桌，面前是正烧得咕嘟咕嘟的罐罐茶，人们按照口味喜好向罐里添上红枣、陈皮等各种佐料，抬头赏晚霞，低头饮热茶。此时此刻，茶是一种饮品，也代表了一种生活。

近年来，制茶、冲泡、饮茶等茶事活动越来越受欢迎，与茶有关的新消费方式也更加多样。新茶饮头部品牌喜茶相关负责人介绍，以打造“茶空间”为特色的新茶饮消费方式正在一些城市走红。比如，喜茶丽水银泰城店从浙江省丽水市当地的山水田野中汲取灵感，使用当地盛产的竹子作为门店装饰材料，打造了一个充满田野绿意和原始之美的茶饮空间。

有10余年茶文化传播推广经验的九峻堂创始人蔡晓，也亲身感受到了茶行业越来越“热”的变化。蔡晓回忆，11年前刚着手做茶室时，参与的人很少，但如今茶室在全国已成立了22家分支机构。年轻人对茶文化的认同感不断增加，以茶艺课堂进高校为例，第一年相关课程只有15人报名，但不到两年，报名人数就达到400多人。

变化缘何而来？“因为现在茶更好喝了，喜欢茶文化的人更多了。”这是多位茶行业从业者给出的答案。过去，很多消费者之所以不爱饮茶，一方面是因为储存条件和冲泡方式很容易影响茶的口感，如水温不够、坐杯时间过长等；另一方面则是茶的品类较为单一，茶产品研发缺乏时代性，文化附加值不高。

如今，茶行业正在从生产、流通、营销各环节让喝到一杯好茶的门槛变低。精锐创意包装有限公司负责人表示，相较之前拼接罐的茶叶包装形式，现在很多茶企选择食品级多次密封罐，这种包装设计借助旋转牙技术上的创新，实现了开启后依然不影响茶叶口感的密封效果。与此同时，茶叶的分装形式也更加便携小巧，通过设计工艺的不断突破，茶叶摇身一变，成了重量仅5克的小茶砖，冲泡指导也在包装上清晰可见。不少企业逐步建立起了包括水果、牛奶、茶叶等在内的新茶饮供应链标准体系。

“中国茶的内在是茶文化，是中国优秀传统文化的物化载体之一。”正山堂品牌创始人江元勋认为，发展茶产业需要与时俱进，不断挖掘中华优秀传统文化的内涵，满足当下消费者对茶文化的兴趣和需求，构建具有时代性的茶文化体系。

## 品牌发力高质量

2022年11月29日，正在摩洛哥召开的联合国教科文组织保护非物质文化遗产政府间委员会第十七届常会传来喜讯，我国申报的“中国传统制茶技艺及其相关习俗”成功通过评选，被列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录。这标志着中国茶再次得到国际认可，成为我国茶产业走向世界的又一重要符号。

数据显示，截至2022年，我国茶业综合产值已近7500亿元，有超150万家茶叶相关企业。中国茶叶流通协会会长王庆表示，发展茶产业既可以提高茶农收入、振兴经济，又可以保护生态环境、发展旅游，还能够提升文化内涵、唱响品牌。

在茶产业蓬勃发展的进程中，一些有创新精神的茶叶品牌也不断壮大。备受市场欢迎的“金骏眉红茶”正是由江元勋带领团队通过创新融合研制而成，当年“金骏眉红茶”的推出，一举扭转了我国红茶销售长期依赖外贸的局面，开启了国内红茶消费市场的新纪元。

不过，放眼行业整体，我国茶品牌建设依然有较大空间。《2022中国茶叶行业发展报告》提到，当前我国茶叶品牌总数及规模总体偏少偏小，品牌价值及影响力偏低偏弱，品牌引领作用还不够强，国茶品牌建设任重道远。

对此，江元勋认为，一方面，要加大茶叶综合技术创新，以品种、加工工艺和技术设备等的改进来提高茶产品质量、特色与标准化水平，走出超越外贸原料模式的品牌化的发展路线；另一方面，要以全产业链的标准化为抓手，推进茶产业智能化和集约化，提升产业整体竞争力，打造面向全球消费人群和消费场景的产品、企业和品牌，形成面向国内外都具有竞争力的国茶产业结构。

“每一个成熟的茶品牌背后，都离不开完整的现代化全产业链体系的支持。”在北京小罐茶业有限公司副总裁梅江看来，品牌化是中国茶未来高质量发展的必经之路。现代化的茶园管理、全智能化的初精制一体化生产线、智能仓储物流等都是现代工业为品牌化发展提供的硬件基础。未来，要在做好产品的基础上，讲出独属于中国茶的故事，在科学土壤上结出人文果实。

（刘瑾 纪文慧）