

西咸研究

(第 17 期·总第 265 期)

西咸新区研究院

2022 年 5 月 7 日

关于做大做强新区茯茶产业的思考建议

西咸研究院课题组

茯茶是新区的一张特色“名片”，在“十四运”上，新区茯茶作为官方定制礼品赠送给各参赛团体和运动员。近期，课题组围绕新区茯茶产业开展调研，在了解新区茯茶发展基础和借鉴国内外茶企成功经验的基础上，提出打造国家级新区茯茶品牌，做大做强新区茯茶产业的建议，供参考。

一、我国茶叶市场总体情况及发展趋势

(一) 总体情况

2021 年，我国茶叶产量、内销总量等关键指标均稳定增长。

从**茶叶产量**来看,全国干毛茶总产量 306.32 万吨,同比增长 7.71 万吨,增幅 2.6%(图 1)。从**内销总量**来看,全国内销总量为 230.19 万吨,同比增长 4.56%,总额为 3120 亿元,同比增长 8%。从**销售品类**来看,绿茶销售 130.92 万吨,占比 56.87%;红茶销售 33.88 万吨,占比 14.72%;黑茶(含茯茶)销售 34.41 万吨,占比 14.95%;其他品种茶叶销量占比均不足 10%(图 2)。

(二) 发展趋势

在茶叶市场持续向好的环境下,茶叶产业、行业、企业都呈现出一些新趋势。一是竞争趋于品牌化。消费者对茶叶的品质愈

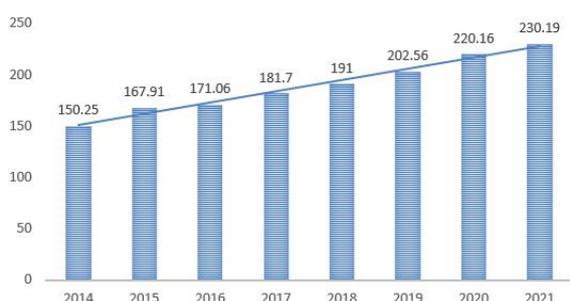


图 1 2014-2021 年我国茶叶内销总量

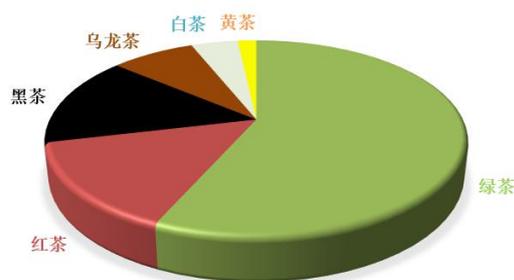


图 2 2021 年我国各品类茶叶消费量

发重视,茶叶的品牌效应将有助于占领更多市场份额。二是产品趋于多元化。年轻化的消费者追求更加简便、快捷、多元的茶叶消费方式,促使企业往深加工方向发展,由茶叶混合其他原料制成的风味茶饮层出不穷,定制化、便携式、小包装的茶饮产品广受欢迎。三是销售趋于线上化。在新冠疫情防控 and 电商快速发展的影响下,电商凭借品种丰富、价格清晰、购买便捷等优势,已经逐渐发展成为消费者选购茶叶的重要途径。

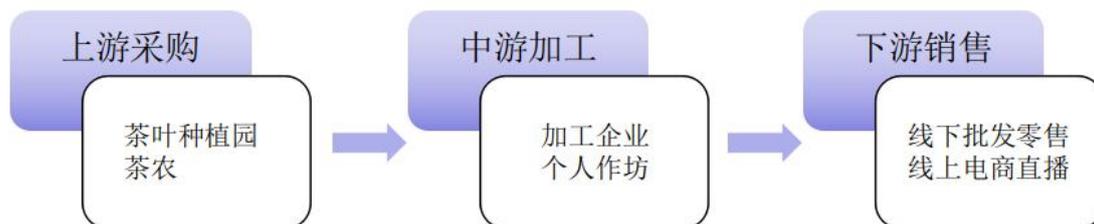
二、新区茯茶产业基本情况

（一）基本情况

茯茶是依托泾阳周边独有的气候、水质和工艺制作而成带有“金花（冠突散囊菌）”的发酵茶，具有促消化、降三高、抗衰老等功效，它对于原料的依赖度不高，而更加注重制茶的工艺。近年来，新区充分运用得天独厚的自然优势，大力发展茯茶生产和精深加工产业。目前，新区有茯茶生产企业 38 家（泾河 35 家、津东 2 家、秦汉 1 家），省、市级龙头企业 3 家，销售企业 200 多家，2021 年茯茶产量 4200 吨、产值 6.47 亿元。

（二）产业链基本情况

新区茯茶产业链上游是茶叶采购，中游是茶叶加工，下游是茶叶销售。



上游采购环节。自古岭北不植茶，新区制作茯茶的原料茶都是从外地采购而来。在**原料茶产地**方面，从湖南桃源、安化采购的原料茶约占六成，从陕南西乡、南郑、紫阳和汉阴等地采购的原料茶约占三成，从四川、云南等地采购的原料茶有一成左右。在**采购方式**方面，新区各茯茶企业都是各自联系原料茶种植基地、茶园及茶农，并独立采购。在**采购趋势**方面，近两年，在全省的政策指导下，新区茯茶企业从陕南采购原料茶的比重持续上升，与传统原料茶产区相比，陕南茶叶品质优良、价格低廉、运输方

便，已逐步成为新区茯茶企业重要的优质原料茶供应基地。

中游加工环节。新区各茯茶企业加工工艺不尽相同，但都基本包含拼配、渥堆、蒸（炒）茶、成型、发花、陈化等6道工序，成品大多为“茯砖”形式。在**茯茶企业**方面，主要有泾渭茯茶公司、金叶茯茶公司、陕西汇源健康食品公司等企业。在**原料选择**方面，已不再局限于黑毛茶，红毛茶、白毛茶等均可用于制作茯茶，发花部位也由茶叶拓展至金银花、玫瑰、茉莉等植物的根、茎、叶、花、果；在**加工形式**方面，不仅传统的紧压茶能够发花，松散形态的茶叶也实现了发花；在**生产方式**方面，全机械化、半机械化、纯手工制作等多种方式并存；在**产品开发**方面，已研发出金花白茶、金花红茶、金花普洱茶等近百种产品，还有茯茶面、茯茶酒、茯茶食品等衍生品。

下游销售环节。在**销售方式**方面，包含线下和线上两种，其中，线下销售占比超九成，销售网点基本布局在“两市一区”范围之内，以本地内销为主。各茶企也都积极借力电商平台，在抖音、淘宝等线上平台直播销售，开拓茯茶市场。在**销售渠道**方面，企业依据自身市场资源和销售网络，承接深圳、浙江等地茯茶订单，也在茯茶小镇、兵马俑等旅游景点投放。在**产品销量**方面，以“陕西官茶”销售情况为例，200克68元和500克288元包装的茯茶销量占比较大，1000克等大包装销量一般。

（三）存在问题及原因

在调研过程中，多位专家一致认为茯茶产业存在的突出问题

是“叫好不叫座”，即茯茶品质属中上等，但产值却不高，两者不相匹配，主要原因有以下3个方面。

一是领军企业不足。新区茯茶企业已有一定的数量基础，但大多规模较小、各自为战，能够贯通上中下游的领军企业屈指可数，难以整合汇聚全产业链资源。

二是品牌杂乱。各茯茶企业都在打造自己的茯茶产品和品牌，没有形成标准统一、体系健全、被广泛认可的区域品牌和产品品牌，茯茶的辨识度和竞争力不强。

三是营销力度不够。茯茶仅在西部省份有一定知名度，在全国茶叶市场的认知度还不够高，缺乏专业的包装营销机构对茯茶进行全面、实质、有效的品牌宣传。

三、经验借鉴

（一）产品营销方面——以立顿和小罐茶为例

立顿是世界知名的茶叶品牌，一是以茶叶拼配控制生产标准，保证了产品质量的稳定统一，不论任何产区和季节，冲泡的茶饮口味基本一致。二是采用袋泡茶冲饮方式，解决了传统茶叶冲泡时间长、冲泡程序复杂、茶渣不易处理等问题。三是拼配技术和袋泡茶形式整合了不同种类茶叶的生产方式，可以让茶叶作为标准化商品进行规模化生产。

小罐茶是中国新生茶叶品牌，它用快消品营销思维打造标准化茶叶产品。一是邀请国家制茶大师、非遗制茶技艺传承人背书，制定茶叶品质标准，售价全国统一，建立了清晰的客户认知。二

是简化饮用方式。推出小铝罐密封包装和“一罐一泡”的饮用方式，为消费者提供了更加标准、便捷的饮用方式。

（二）品牌塑造方面——以西湖龙井和汉中仙毫为例

西湖龙井以“做优做精做真”主线加强品牌建设，2021年，以79.05亿元的品牌价值蝉联中国茶叶区域公用品牌价值榜首，一是品牌管理方面，建立从上到下的品牌统一管理体系；二是品牌保护方面，建立地方政府负总责的做真拒假责任体系；三是品质保障方面，统一西湖龙井质量标准，建立品质技术标准体系；四是产业扶持方面，出台一系列优惠政策，建立企业培育体系。

汉中仙毫构建公用品牌。一是以申请地理标志产品保护工作为契机，将“午子仙毫”“定军茗眉”“宁强雀舌”3个茶叶品牌统一整合为“汉中仙毫”。二是实行定点产销企业资格认定。采取企业自愿申报、专家评估、颁证挂牌的办法，统一定点经营销售企业。三是规范品牌运营机制。推行标准化质量管理体系，强化茶叶质量安全监管；开展地理标志保护专项行动，打击侵权假冒违法行为。经过汉中市委、市政府10余年的持续打造，“汉中仙毫”品牌知名度和影响力显著提升，以32.94亿元的品牌价值，位列2021年中国茶叶区域公用品牌价值榜第23位，成为国内知名茶叶品牌。

四、思考与建议

近两年，茯茶人工发花技术越来越成熟，很多南方茶企已进军茯茶领域，其丰富的品牌营销经验和完备的市场销售体系，将

会快速占据茯茶市场。因此，新区茯茶产业面临着“慢进也是退”的处境，必须紧抓机遇、提速发展，主动争取市场占有率，打造西咸茯茶品牌，在全国茶叶市场创出一片天地。具体建议如下。

按照“以**品牌化建设**为引领，坚持**产品营销**和**产业发展**“两手抓”，实施**1年定标准、3年树品牌、5年成规模**三步走的总体思路，迅速做大做强新区茯茶产业，实现每年产量翻番、产值翻倍，走出一条“标准化—品牌化—产业化”的茯茶复兴之路。

（一）以“标准化”强基固本。标准化是品牌化和工业化的基础，按照“中低端茯茶做标准，高端茯茶做工艺”的思路，充分发挥行业协会统筹引领作用，尽快健全新区茯茶标准化体系。

一是原料茶标准化。茯茶企业各自采购原料茶会直接影响茯茶口味的统一性和稳定性。建议联合陕南、湖南、四川等地茶园建设标准化茶叶供应基地，规范田间作业和加工程序，并实行高、中、低端分级集中采购，确保原料茶品质稳定。

二是加工标准化。新区茯茶企业生产环节不同，加工手法各异，茯茶成品差异较大。建议梳理出2-3类主流工艺，确定加工程序、操作规范、技术参数等生产标准，推出各品类、各档次茯茶的代表产品、拳头产品。

三是定价标准化。茯茶产品由企业自主定价，导致市场价格模糊。建议研究制定新区茯茶等级评价标准，并建立与之相匹配的价格体系，基本统一各档次茯茶产品售价范围，提升消费者信任度。

四是市场监管一体化。茯茶制作工艺在坊间广为流传，很多家庭、个人都可生产制作，质量参差不齐。需加大对茯茶市场的监管力度，严厉打击质量不合格、品质不达标及价格不合理的茯茶产品，规范经营秩序，营造良好市场环境。

(二) 以“品牌化”破局蝶变。茯茶要走出陕西，迈向全国、全球必须依靠品牌化发展。借鉴西湖龙井有关做法，加大对新区茯茶品牌的策划营销、品牌管理、宣传推广的全流程、全方位建设力度，打造“区域品牌+企业品牌+产品品牌”相辅相成的综合品牌体系。

一是重点打造“西咸茯茶”区域品牌。聘请专业设计公司和策划团队，深挖“泾阳茯茶”文化资源和特色属性，开展立体式策划包装，塑造深入人心的品牌故事，宣传诸如“丝路黑金，泾阳茯茶”之类的广告语，尤其是针对“泾阳茯茶”尚无统一标识的情况，推出 Logo、VI、包装、海报等系列宣传标识，全面塑造“西咸茯茶”区域品牌。

二是创新企业品牌和产品品牌。鼓励引导茶企在达到区域品牌标准的基础上，研发特色化、差异化茯茶产品，帮助企业在外省建立茯茶展示中心和品鉴中心，加强对企业和产品品牌的策划包装和宣传推广，创建一批知名茯茶企业品牌和产品品牌。

三是加强区域品牌管理。研究出台新区茯茶区域品牌管理办法，规范各企业茯茶品牌的准入、使用、管理和退出等程序，严禁未获得授权的企业擅自使用茯茶区域品牌，并定期检测已授权

企业产品，保障茯茶区域品牌的品质和质量安全。

四是统一品牌形象。按照“门店标识一致、装修风格一致、宣传标语一致”的标准，规范各类茯茶专营店形象。纸质包装的茯茶在南方湿润条件下易发霉变质，南方茶企一般会二次封装，造成茯茶包装不统一，可考虑采用真空包装，以保证全国统一的茯茶包装形象，提升辨识度。

五是强化品牌营销。加大高铁、机场、酒店等人流密集场所茯茶广告投放力度。组织茶企和宣传队伍赴各地参展、评优、推介，展示新区茯茶产业形象。依托茯茶小镇，开发茯茶文化交流互动场景，打造体验式、沉浸式消费。加大电商营销推广力度，开设茯茶网上旗舰店和茯茶直播专场，全面提升新区茯茶品牌的知名度和影响力。

（三）以“产业化”聚势崛起。尽快出台茯茶产业发展亟需的政策、企业、载体、人才、资金等方面“一揽子”支持政策，加速汇聚产业要素资源，打造发展新引擎。

一是加强顶层设计。研究出台新区茯茶产业发展规划及实施方案，明确新区茯茶产业发展方向和重点任务，统一政府、行业协会及企业的发展目标与合力。同时，要看到咸阳市茯茶产业基础好、企业强，建议联合组建**区域茯茶产业联盟**，打破地域藩篱，共同把茯茶产业做大做强。

二是培育扶持领军企业。产业壮大离不开龙头企业的引领带动，在尊重茯茶企业意愿的前提下，有序实施兼并重组，扶持领

军企业做大做强，提升新区茯茶产业集中度和行业竞争力。

三是加大资金支持。探索设立新区茯茶产业发展投资基金，拓宽融资渠道，吸引社会资本投资茯茶产业建设。激励企业加大产品研发，推出更多高附加值的茯茶衍生品。对茯茶生产企业信息化、智能化升级改造予以一定补贴。

四是建设产业园区。目前新区茯茶企业布局较为分散，建议依托茯茶小镇规划建设新区茯茶产业园，配套研发、仓储、包装等设施，容纳聚集各类茯茶产业链上中下游企业，提升规模效应和辐射效应，推动集群式发展。

五是引育技术人才。新区茶企多是非专业的加工人员。一方面要加强培训，提升其加工技术和职业素养，另一方面，出台新区茯茶产业链针对性人才引育政策和奖补措施，密切与陕科大、西农大等高校的合作，大力培育和招引茯茶产品研发、市场营销、企业管理及设备升级等方面的高层次人才，加速产品更新和产业升级。

课题负责人：康 晨

成 员：赵 铮 李 伟

杨 俭 杨玉玲

送：西咸新区管委会、西咸集团班子成员。

省委政研室、省政府研究室。

西安市委政研室、市政府研究室。

发：各新城管委会班子成员及部门，各新城集团班子成员及
部门，西咸管委会各部门、西咸集团各部门，各街办（镇）。
