**《中国茶产业十四五发展规划建议（2021—2025）》发布**

作者：中国茶叶流通协会

来源：中华合作时报·茶周刊

发布时间：2021-04-02

“十四五”时期是我国全面建成小康社会、实现第一个百年奋斗目标之后，乘势而上开启全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的第一个五年，我国将进入新发展阶段。

茶产业是我国特色优势产业，具有较强的国际竞争力，承担着支撑茶区经济、满足健康消费、稳定扩大就业、服务乡村振兴的重要任务。国内外形势深刻变化、市场竞争日益激烈的时代背景下，推动茶产业高质量发展，首要是保证茶产业发展战略的高质量，才有发展过程高质量，才有最终达到茶产业发展结果高质量的可能。

《中国茶产业十四五发展规划建议（2021-2025）》近日正式发布，经中国茶叶流通协会授权，中华合作时报·茶周刊报纸、微信等全媒体将全文刊发，敬请关注。

**中国茶产业十四五发展规划建议**

**（2021-2025)**

**中国茶叶流通协会组织编写**

茶产业是我国特色优势产业，具有较强的国际竞争力，承担着支撑茶区经济、满足健康消费、稳定扩大就业、服务乡村振兴的重要任务。在国内外经济形势深刻变化、市场竞争日益激烈的时代背景下，推动茶产业高质量发展的关键要素之一就是保证茶产业发展战略的高质量。惟其如此，才有发展过程高质量，才能最终实现茶产业发展结果的高质量。“十四五”时期是我国全面建成小康社会、实现第一个百年奋斗目标之后，乘势而上开启全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的第一个五年，经济建设进入新的发展阶段；也是茶产业贯彻供给侧结构性改革、创新驱动，深化要素市场化配置改革、激发活力，提高发展质量效益、振兴茶乡的关键时期。为贯彻落实《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》和《中共中央国务院关于实施乡村振兴战略的意见》精神，推动茶产业加快改革创新、构建依托强大国内市场的新发展格局，巩固提升脱贫攻坚成果、推动茶叶经济体系优化升级提供参考和依据，特编制《中国茶产业十四五发展规划建议（2021-2025）》。

**一、发展现状与面临形势**

**（一）发展现状**

“十三五”时期是全面建成小康社会决胜阶段，面对错综复杂的国际形势、艰巨繁重的国内改革发展稳定任务，特别是面对新冠肺炎疫情严重冲击，以习近平同志为核心的党中央不忘初心、牢记使命，团结带领全党全国各族人民砥砺前行、开拓创新，奋发有为推进党和国家各项事业，决胜全面建成小康社会、决战脱贫攻坚取得决定性成就。肩负着以产业发展带动茶区经济发展，实现产业扶贫的光荣使命，茶产业积极推进供给侧结构性改革，加快转型升级步伐，在全行业平稳高质量发展的同时，种植结构、生产结构、经营结构同步调整优化，经济体量、科技实力、综合效能跃上新台阶。

**1.“十三五”主要成就**

**（1）经济体量迈上新台阶，扶贫贡献突出**

“十三五”期间，茶产业生产、消费与经贸主要指标均呈现稳定增长态势，提质增效成果显著，综合竞争实力进一步提升，巩固了我国作为世界茶叶生产、消费、出口大国的地位。到2019年，干毛茶年产量达到279.3万吨、产值2396亿元，国内市场年销售量达202.56万吨、销售总额为2739.5亿元，茶叶出口量36.65万吨、金额20.20亿美元、出口均价5.51美元/公斤，较2015年增21.1%、57.7%、19.0%、69.1%、12.8%、46.4%和29.6%。以强基固本、市场引导为原则，行业积极推进产业扶贫、助推337个涉茶贫困县经济发展，通过技术支撑和构建茶叶产销通路进行精准帮扶，带动茶农增收致富。

**（2）茶园基地管理规范化，建设水平稳固提升**

行业树立和践行绿水青山就是金山银山理念，坚持绿色生态洁净导向，全面推广茶园绿色防控、有机肥替代化肥等减肥减药技术；通过“龙头企业+合作社（种植大户）+基地”等生产经营模式的推广，带动茶农按标生产、规范管理，落实茶叶全程标准化生产；加强现代茶叶生产基地建设，提升茶园基础设施条件，促进茶园综合管理水平提升、产能和效益增长。发展至2019年，全国18个主要产茶省（自治区、直辖市）茶园面积达到4597.9万亩，其中可采摘面积3690.8万亩，较2015年分别增长6.5%和9.0%；茶园亩产值和产能达到5190.5元/亩和60.8kg/亩，较2015年增15.7%和15.1%。全国茶园品种结构持续优化，无性系良种茶园面积比例达68.2%。

**（3）产品结构多元发展，质量与服务协同推进**

茶叶企业质量管控能力不断加强，在监管力度和社会监督双向促进下，食品安全标准体系和检验检测体系更加健全，茶叶产品整体质量安全总体水平稳步提升。茶叶产品监督抽检的项目增加至65种，总体合格率平稳提升，从2015年的98.9%上升到2019年的99.2%。三氯杀螨醇、氰戊菊酯、联苯菊酯、草甘膦、氯氰菊酯等农药逐步得到控制，检出概率显著降低。茶类结构轻微调整，格局总体稳定，企业跨区域合作发展，产品多茶类跨地域涉猎，通过多元发展、功能丰富、风味优化全方位刺激消费增长，积极创造有效供给。茶叶消费场景更为丰富多元，茶叶市场、专营店等传统渠道加速调整、功能优化，电子商务蓬勃发展、不断规范，直播带货、定制茶园等新模式竞相涌现、方兴未艾，渠道多样化、营销立体化、宣传分众化，促进消费市场规模扩增。

**（4）品牌运营能力明显增强，实力稳步提高**

行业积极开展品牌培育和宣传工作，品牌整体数量和质量均比“十二五”末有了大幅提高，各茶叶主产销区相继培育出了一批具有较强影响力和竞争力的全国知名品牌及地方特色品牌, 企业品牌蓬勃发展更具实力，促进产品集群和产业集聚，品牌经济已逐渐成为我国茶产业经济发展的重要引擎和强大推力。截至“十三五”末，我国茶叶类登记注册商标总数超过68万件，申报获得中国驰名商标（茶叶类）94件、中华老字号（茶叶类）37个，全国共有131个茶叶产品获得了地理标志产品保护，地理标志证明商标注册数超过230件，28个茶叶地理标志产品入选中欧地理标志协定保护名录。

**（5）科技赋能产业提质增效，创新能力进一步增强**

茶叶技术创新体系逐步完善，科技发展对产业转型升级的支撑作用更为显著，行业在基础研究与实际应用方面开展了大量科技创新活动，人工智能、遥感测绘等新兴技术逐渐渗透到茶叶生产、加工、跨界应用、储运等领域，推动了我国茶叶科技以绿色、生态、安全、智能、健康为重点实现系统提升和质的飞跃。“十三五”期间（2016.1.1-2020.7.15）茶领域共申请专利30909项，同比增长23.3%，实用新型专利增长迅速；国家和各省级科技奖成果丰硕，“黑茶提质增效关键技术创新与产业化应用”等2项科研成果获国家科技进步二等奖，6项课题成为国家重点研发项目重点专项课题。

**（6）标准体系覆盖全产业链，国际化步伐加快**

茶叶标准化体系愈加完善，团体标准培育激发市场主体活力，标准结构协同发展、协调配套。食品安全标准严格细致，茶叶中农药残留限量增至65项；基础标准更加扎实，覆盖面进一步扩大；产品标准更为丰富，提升市场竞争力；方法标准补充更新，高效运用技术成果。“十三五”期间行业发布茶叶相关标准499项，较“十二五”增加了一倍以上。国际标准的参与度与话语权稳步提升，行业牵头承担了“乌龙茶”“茶叶分类”“绿茶 术语”等三个国际标准制定工作。

**（7）产业主体规模壮大，经营模式优化**

行业集聚提升，各省积极通过政策扶持茶叶龙头企业，重点培养壮大起点高、规模大、带动力强的企业和集群，企业梯队已见成效。企业培优壮大、积极转型，股份制改制企业日增，加速形成产权清晰、权责分明、政企分开、管理科学的现代企业制度。头部茶企生产销售两端发力，销售型企业重资产转型、产地设厂，产销一体化发展趋势明显。茶企跨界合作形式多样，多个行业与茶产业互动，创新协同，运用新的商业模式整合茶产业要素。截至2019年12月末，共有63家主营业务为茶叶的企业入选《农业产业化国家重点龙头企业名单》，对比“十三五”初期，增长超过三分之一。

**（8）产业延伸触点丰富，模式新颖初见成效**

茶产业积极探索延伸产业链和商业链，与文化、旅游、饮品、健康等行业创新融合，延伸效果显著，消费侧需求潜力得到激发。茶文化旅游经济持续增长，初步形成了较完整的茶文化旅游目的地体系，茶区政府、社团组织、茶旅企业等持续加强茶文化旅游营销，结合商贸活动，茶旅融合节事集中涌现，项目主题内容愈加丰富。茶饮行业异军突起，形成茶叶消费新热点，激活潜力市场。截至2019年底，我国茶饮门店数量接近50万家，市场规模突破千亿元。茶馆业总计规模、经济效益同步扩大，社会功能凸显，服务日趋规范。截止2019年，全国茶馆已达到20万家。

**（9）教育规模不断扩大，支撑效应明显**

茶学高等教育规模扩大, 涉茶高校继续增加, 招生规模扩张，茶学本科教学质量国家标准发布，高校师资队伍建设与人才培养成效显著。学科建设与教学科研平台不断提升，“茶学”代码写入《2019年度国家自然科学基金项目指南》。截止2020年，全国涉茶高校增加到72所，招收博士、硕士研究生的本科院校和科研院所达到26个，全日制在校本、专科生人数达15000人，增长34.3%。青少年茶文化教育迎来快速发展的时期，倡议青少年学茶饮茶在全国各地已成热潮，社会影响广泛深入。职业教育社会化、市场化发展，助力从业人员技能水平提升。

**（10）茶文化繁荣发展，营造饮茶氛围**

茶文化多点发力，聚焦健康消费与居民文化生活，有力支撑茶产业持续发展。多部高水平茶文化著作出版，生动展示文化资源；茶文化学科和技能竞赛持续举办，促进交流互学，提升行业技能；茶叶非物质文化遗产得到梳理保护，优化行业发展要素；茶文化创意作品形态丰富，促进文化传播。2020年5月21日被联合国确立为首个“国际茶日”，助推中国茶产业国际化发展。

**（11）茶叶出口持续增长，国际贸易地位增强**

茶叶出口保持逐年增长的态势，在全球贸易占比上升至19.4%，2016年至2019年间，出口数量和金额连创历史新高。绿茶出口继续保持绝对优势，其他茶类实现强劲增长。至2019年，茶叶年出口量36.65万吨；出口金额增长至20.20亿美元；出口单价上升至5.51美元/公斤。茶叶进口数量、金额大幅增长，红茶为主要进口茶类。至2019年，我国茶叶进口量达4.36万吨，进口金额1.87亿美元。

**2.存在问题**

**（1）消费升级的背景下，产品供求结构性失衡的问题日益凸显。**

茶叶产能持续增大，但消费市场扩增较慢，尤其是消费人口增长乏力。行业创新能力仍偏弱，对市场诉求把握不准确，产品品种质量与消费升级需求有一定差距，高附加值、适销性好的创新产品占比不高，导致市场库存不断加大，供需不对等现象加剧。出口产品利润较低，受到技术壁垒制约。产业确保供给总量与结构平衡的难度加大。

**（2）发展方式粗放，竞争力不强制约行业提质增效。**

在资源环境约束趋紧、瓶颈突出的背景下，产业原先低成本重扩增形成的竞争优势正在快速减弱。茶叶生产用工依赖性高，生产成本持续攀升，创新能力不适应高质量发展要求，新的竞争优势还没有形成，导致产业大而不强、品牌多而不优的问题更加突出，外延式扩张特征依旧明显。在经济发展速度放缓、动力转换的背景下，传统模式茶叶产品价格提升有限，利润空间收窄，带动茶农持续增收、巩固确保脱贫成果难度加大。茶企家族企业特色依然明显，现代经营模式未普及，运营与投资的风险加大，制约茶企突破规模瓶颈。

**（3）品牌规划不足，滞后于茶产业经济发展。**

茶叶品牌建设总体水平与日益增长的高质量品牌需求之间的矛盾较为突出，全行业品牌意识有待进一步提升，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，品牌工作机制及服务机构偏松偏散；品牌引领作用还不够强，无法满足产业高质量的需求；品牌政策、法制监管和知识产权保护体系仍不健全，品牌的公信力、影响力还不够高，品牌研发创新平台明显不足。品牌发展仍然滞后于茶产业经济发展。

**（4）科技转化效率低，关键技术仍存突破空间。**

茶叶科技成果转化渠道较窄，成果交易平台建设与信息宣传相对滞后，相关政策法规不完善，评价体系尚未建立。茶叶关键加工装备标准化和自动化程度低；加工技术的智能化、定向化调控欠缺，茶资源跨界应用技术创新深度不够，产业和产品仍处于全球产业链、价值链中低端。高校人才培养机制不能适应茶产业需求，标准更新效率不高，行业管理与服务标准有待完善，国际地位和话语权还需加强。

**（5）业态融合发展形式单一，产品质量有待提升。**

茶产业链条延伸不充分，跨界深度融合水平有待进一步提升，专项规划与政策引导基础有待夯实，协同发展机制、制度建设不足。跨业评价体系、保障措施不够系统化，制约投资主体和要素支撑多元化发展。茶文化旅游等领域产品形式和营收模式较为单一，交叉学科人才队伍不足，制约产业整体提升。

**（二）面临形势**

“十四五”期间，全球新一轮产业分工和贸易格局加快重塑，我国茶产业转向高质量发展阶段，进入全面提高茶产业质量效益和竞争力的重要窗口期。

**1.政策方针**

茶叶行业是重要的兴农富农产业，2020-2035年将进入中国现代农业加速发展机遇期，对茶产业现代化发展和转型升级形成扶植支撑。中央和地方的林权制度改革政策将放活林地经营权，有效激活土地等茶叶生产要素。“国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”将深刻影响未来的中国经济新格局，以满足内需为发展的出发点和落脚点，以提高供给体系质量为战略着力点，根本途径是全面深化改革、解放和发展社会生产力。围绕增强推动经济发展、增进人民福祉、防范化解风险、发展内生动力、激发市场活力，将研究推出一批重大改革开放举措，现代化经济体系的普惠效应有效释放，为建设实体经济、科技创新、现代金融、人力资源协同发展的现代化茶产业体系提供了有利的政策保障。

**2. 经济环境**

经济体系优化升级、培育新经济增长点是茶产业把握新一轮科技革命和产业变革机遇，推动产业高质量发展，实现新旧动能顺畅接续转换，抢占全球茶产业发展制高点的关键。随着产品与消费情境的多样化，以及健康消费氛围的形成，茶叶人群将保持增长并呈现年轻化趋向。茶叶品牌建设作为经济社会转型发展的战略举措，推动发展的立足点将转向提高质量和效益上来，形成以技术、品牌、质量、服务为核心的国际竞争新优势。全球茶叶贸易量将有明显增长，主要是各产茶国经济发展、内销量持续增加。“一带一路”倡议协助茶文化快速广泛传播，有效促进贸易争端的解决，打通国际水陆通路，对于促进中国茶叶国际市场的开拓有重要的推动意义。

**3.科技发展**

新一轮科技革命和产业变革的加速演进，促使科技创新成为今后一段时期茶产业形成现代产业体系的主要动力。随着信息基础设施持续升级、5G等网络信息技术的快速突破，信息通信技术与茶产业加速融合，数字经济对茶叶经济发展的推动作用仍将进一步拓展，包括互联网、大数据、物联网、软件和信息服务、数字创意、电子商务等在内的茶叶数字经济较快发展。人工智能是具有“头雁”效应的基础性技术，带动作用强，将成为推动实体经济转型升级的重要力量。“十四五”时期，茶叶智能经济在绿色生态、生产制造、物流储运、消费服务等领域的应用程度越来越深。生物技术进入产业化阶段，将引发农业生产、工业制造、医疗健康等领域的深刻变革。以基因测序、合成生物技术、生物大数据、生物制造等为代表的生物技术进一步发展将带领品种选育、深加工等茶叶生物产业快速发展。

**4.风险挑战**

但也应该看到，全球性保护主义叠加劳动力要素供给下降，给生产技术水平发展带来停滞隐患；投资稳定性不足、茶叶生产资源投入产出效率不高迫使茶产业调整增长模式；产能过剩导致茶叶产销不平衡，对茶叶企业应对市场变化的手段和方法提出了更高要求；新冠疫情的影响将持续到“十四五”前期，对全球经济、社会产生巨大冲击，催生经济衰退、系统性风险上升、全球性供需结构失衡和产业链重构等重大变化；劳动力、土地等生产成本持续攀升，挤压利润空间，产品出口难度加大。

**二、指导思想、基本原则与发展目标**

**（一）指导思想**

坚持以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，按照“五位一体”总体布局和“四个全面”战略布局，坚定不移贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，以深化供给侧结构性改革为主线，以改革创新为根本动力，坚持质量优先、创新引领、提质增效、化解风险，以茶产业与现代农业融合为重点，以提升茶叶供给能力、实现茶叶经济发展、促进茶农收入增长为目标，提高资源配置效率、优化产业结构布局，创新长效服务机制，推行市场需求导向、标准建设引领、科技创新驱动、产业融合促动，建设一批设施标准、管理规范、绿色生态的茶叶生产基地，培育一批创新能力强、综合实力强的茶叶企业，创响一批成长性好、竞争力强、特色突出的茶叶品牌，切实转变发展方式，努力提高茶产业质量效益和竞争力，巩固提升产业扶贫成果，构建茶业新发展格局。

**（二）基本原则**

（1）政府引导、市场主导。发挥政府的引导作用，加强规划引导，规范市场行为。坚持以市场需求为导向，提高资源配置效率，积极顺应和把握消费升级大趋势，强化企业的市场主体地位，发挥企业家精神，激发企业活力和创造力。营造公平竞争营商环境，强化市场监管和信用建设，完善政府引导、市场主导、社会参与的协同推进机制。

（2）质量为本、创新驱动。坚持把质量作为茶业发展的生命线，强化企业质量主体责任，推广先进质量管理方法，推动建立体现质量核心的市场定价标准。以创新带动技术、产品、服务和商业模式发展，推动质量变革、效率变革、动力变革，形成增长新动力，走创新驱动发展之路。

（3）提质增效、品牌引领。培育智能制造模式，全面提升企业研发、生产、管理和服务智能化水平，不断优化产业结构，实现提质增效。发挥市场配置资源的决定性作用，鼓励土地、劳动力、资本、技术、数据等要素市场发展，完善产权制度，建设高标准茶叶市场体系。加强品牌创建，培育一批在国内外市场具有一定影响力的中国知名茶叶产品和企业品牌。

（4）科技支撑、绿色生态。坚持需求导向和问题导向，建立高效的产学研协作体系，以科技创新引领产业集群化高端化，不断提升核心竞争力。转变发展方式，综合运用安全投入、物理技术、信息技术、绿色防控等措施，加强节能环保技术、工艺、装备推广应用，全面推行清洁生产，走生态文明的绿色发展道路。

（5）乡村振兴、融合发展。延伸做强产业链，丰富提升价值链，开发优势资源、传承特色技艺，健全利益联结机制，促进产业多环节增效，茶农多渠道增收。加快茶产业与现代产业要素跨界配置，培育多元主体，拓展功能模式，建立健全机制，推进茶产业与生态旅游、文化创意、休闲康养等产业融合发展。

**（三）发展目标**

——运行平稳提质增效。茶叶产能得到有效控制，生产要素配置进一步优化，生产的质量与效益明显提高。到2025年，茶园面积控制在4200至4600万亩之间，无性系良种茶园面积比例提升至72%以上，茶叶产量控制在310万吨，年均增长4%以内，茶园亩产能提升10%以上，农药减量、使用量负增长。

——消费提升成果显著。市场竞争秩序和消费环境有效改善，市场培育成果逐步显现，增长潜力充分发挥。鼓励山西药茶等花草茶、调味茶发展，茶叶产品品种丰富度、品质满意度、品类协调度明显提升。茶叶产品监督抽检总体合格率平稳定在99%以上，预包装产品标签规范程度明显提高。力争到2025年，内销市场规模达到220万吨，年均增长3%以上，茶叶电商交易额占比达到40%以上，新式茶饮市场规模达到1200亿，花草茶市场规模增至1100亿，茶叶消费群体突破5亿人。

——品牌经济比重提升。依托茶叶资源优势，创建一批国家级质量品牌示范区，茶叶品牌数量、质量、价值显著提升，品牌认知度和影响力不断提高。到2025年，我国茶叶类登记注册商标总数达到100万件，茶叶地理标志产品保护达到200个，品牌经济比重提升30%以上。

——产业链协作能力增强。产业集群的质量和水平显著提升，入选《农业产业化国家重点龙头企业名单》企业突破70家。完善产业链、优化供应链、提升价值链，茶产业社会化服务平台建设加快。标准体系进一步完善，人才培养贴合发展需求和产业适应度，技术创新体系中企业的主体作用加强，生产模式、管理模式、商业模式和服务模式创新协同推进。

——推广智能高效生产模式。坚持推进茶叶生产过程工业化、智能化发展，培育智能制造模式，提高节能高效制茶装备的使用率。产业数字化转型取得明显进展，智能感知、智能分析、智能控制等数字技术加快渗透，有力支撑茶叶产业结构调整。

——国际竞争力有所提升。出口产品结构优化质量升级，培育出口竞争新优势，提升茶产业国际话语权。到2025年，我国茶叶出口总量超越40万吨，出口金额超过22亿美元，茶叶地理标志产品新增入选中欧地理标志协定保护名录数量达到31个。

**三、主要建议**

**（一）优化供给、生态发展，夯实茶叶产业发展基础**

1.夯实茶叶生产基础。以生态环境友好和资源永续利用为导向，统一规划、合理布局，提高茶业生态价值和可持续发展能力。实施高标准茶园建设，强化基础设施和配套装备支撑，根据发展实际兼顾茶叶产品创新、生产效率提升、机械化智能化发展，进行品种改良和茶园种植管理，加速推进老化茶园改造进程，实现高标准茶叶生产基地覆盖率高速提升；持续加强生态建设，积极应用减量化、资源化、再循环、再利用、再制造等绿色环保技术，大力发展低碳、清洁、高效、节能的茶叶生产模式。

2.提升生产技术水平。开展茶叶产品标准化生产示范，创新茶业多种经营模式，按标生产、规范管理，推进茶叶全程标准化生产；切实加大技术创新投入，积极应用新技术、新工艺、新材料，改善产品质量，提升产品品质，研究开发具有自主知识产权、核心技术和市场竞争力强的创新性茶叶产品和服务；质量强茶，强化质量技术基础，普及先进的质量管理体系和技术，加强全员、全过程、全方位的质量管理，加强质量控制和质量创新，坚持高标准、高质量茶叶供给。

3.创新产品结构增强有效供给。积极引导广大茶农和茶叶生产企业注重产销平衡和产品结构平衡，注意供应中不同档次、不同风格、不同功效、不同定位产品组合。深度挖掘用户需求“盲点”，强化产品设计中的“消费与生活实景”模式植入，不断提升产品功能、发挥产能效应、降低综合生产成本。围绕健康消费诉求，在产品研发中做加法，如与山西开发的药茶等花草茶、花果茶新型产品进行合作，丰富产品的风味和所承载的服务机能，拓展增值空间；深化茶叶有效成分在健康方面的功能评价研究，将健康研究成果转换成产品力，推进深度开发、技术创新，提取功能性成分，开发系列化产品与制品，实现茶资源的高值利用、全值利用和梯次利用。

**（二）装备提档、智能发展，实现茶叶加工提质增效**

1.提升加工装备水平。加快发展现代产业体系，优化供应链管理体系，两化融合提高茶产业装备水平，开展信息化、智能化、工程化茶叶加工机械研发，推广节能高效制茶装备，促进茶叶农机农艺融合。应用牵引，研发推广适宜不同区域、不同品种的茶叶生产高效实用机具，提升茶叶生产机械化程度和生产效率。

2.加快生产经营智能化改造。提升茶叶生产性服务，充分运用物联网、5G、大数据等先进技术，打造茶产业智慧种植服务平台，建立茶园环境监测系统，实现茶产业种植环节的可视化、精细化、规范化管理；健全完善追溯管理与市场准入的衔接机制，以责任主体和流向管理为核心，以扫码入市或追溯凭证为市场准入条件，构建从产地到市场再到茶杯的智慧化质量安全可追溯体系；推动“大数据+”深度融合，开发数据资产潜在价值，发挥数据辅助决策分析的效能，促进茶行业信息化基础设施升级，使数据“资产化”成为行业新动能转换的源泉。

**（三）营销创新、渠道发力，开拓市场丰富场景促进消费**

1.精准分析促进市场规模扩增。以满足人民日益增长的对美好生活的需求为出发点，重点开发潜在市场和潜在消费群体，围绕茶叶消费新需求、新业态、新模式构建统计分析模型，聚焦新兴增量市场，洞察消费升级诉求，形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。增强生产研发与市场信息的互动，促进生产、加工、营销、消费协同运作，通过“数据画像”实现精准产出，以目标消费群体对茶叶产品的实际诉求为核心，有针对性地进行新商品研发与个性化内容发掘，避免产品同质化现象产生，优化供给结构，改善供给质量，提升供给体系对国内需求的适配性、适应性和灵活性。促进茶叶产品特性与市场特征精准识别，构建围绕茶叶消费拓展的市场分析、客群拓展、渠道建设、宣传策划等的专业服务体系，因茶施策、因人施策全面促进茶叶消费。

2.需求侧出发丰富消费服务。加强对消费者茶叶知识与信息诉求的分析，立足市场发展建立产品评价推荐体系，从消费视角出发简单明了普及饮茶知识、科学客观阐述健康知识、生动形象传递产品信息，激发市场潜能。优化消费过程的综合体验，围绕产品附加功能进行拓展，促进茶叶消费从产品选购向综合服务发展延伸，逐步实现茶产品流、信息流、服务流、商务流的融合发展，加强茶产业流通服务体系建设，丰富服务内容，创新服务方式。

3.创新茶叶渠道建设方式。根据产品流通和客群触达的实际需要，推动建立线上线下互动、服务体验融合、商旅文体协同、购物体验结合、规模业态组合的现代化茶功能空间，完善“互联网+”消费生态体系，鼓励建设“智慧商店”“智慧商圈”，提高消费便捷程度。紧密关注媒体宣传平台发展态势，及时调整宣传策略，多平台、多触点、多模式、多社群整合宣传，根据不同输出途径设计更有针对性的茶叶产品宣传内容，丰富宣传网络覆盖面。主动拓展销售途径，跨界开发和丰富茶叶采购平台，与花草茶、山西药茶等农特产品共享渠道。

**（四）提升意识、健全体系、提高茶叶品牌经济比重**

1.加快茶叶品牌培育进程。加强舆论宣传，在全行业形成“关注品牌、争创品牌、维护品牌、崇尚品牌”的良好氛围；提高品牌核心竞争力，着力提升品牌经营管理水平，加强茶叶类专题品牌研究、咨询和评价，探索建立以消费者认可和市场竞争力为基础的茶叶品牌产生机制，有效指导品牌建设，提升品牌市场影响力；推进茶叶品牌国际化，增加茶叶出口的品牌化比例。发挥优质区域品牌的支撑作用和优势品牌企业的引领作用，协同发展，培育一批特色鲜明、竞争力强、市场信誉度高的茶叶品牌，通过茶产品的文化与农产品双重特征，引领中国茶产品打造国家品牌。

2.构建品牌发展良好生态。发挥茶企品牌建设主体作用，制定茶企品牌发展战略，打造以品牌管理体系、品牌传播体系、质量保证体系、技术创新体系、品牌文化体系及品牌保护体系为核心的茶企品牌建设综合体系。鼓励开展规范的品牌建设服务活动，建设茶叶品牌服务平台；注重对品牌等无形资产的保护，加强监管、创造公平竞争环境；培养茶叶品牌建设专业人才，提高品牌从业人员能力和素质。

**（五）加速转型、规模适度，推动现代茶业企业建设**

1.构建现代化茶叶企业。树立企业是产业发展核心的意识，科学布局、突破地域限制，有计划、有针对性地扩展企业经营板块，实现全国买、全国卖的有效经营模式，打破茶叶企业规模瓶颈，塑造具有核心竞争力的规模企业；逐步转变家族式企业的管理模式，梳理企业治理模式构架，进行股份制改革，培养职业经营团队，增强管理活力。

2.机制创新激发主体活力。找准品牌定位、实现品牌创新、增强品牌意识的培养，不断激发企业内生动力和发展活力；建立起企业牵头的校企合作模式，三产融合全面盘活资产。强化农业产业化龙头企业联农带农激励机制，适度规模经营，鼓励发展茶叶农民合作社联合社，激发中小茶企创新活力，“专、精、特、新、优”发展，培育茶业发展“新雁阵”。

**（六）完善体系、应用推广，发挥标准规范引领作用**

1.标准体系加快完善。根据产业需求，以新标准化法为指导，不断完善茶叶标准体系，扭转流通领域内标准缺位的滞后局面，及时做好质检、包装、仓储、运输和检测等标准的研究制定；推进与文字标准配套的实物标准样研制工作，应用视频和三维图像技术推广、普及。加强国际交流合作，跟踪茶叶及茶制品主要进出口国和ISO标准动向，制定与国际接轨的认证与标准体系，打破技术性贸易壁垒对我国茶产业国际化的掣肘。

2.丰富标准服务功能。建立适应我国各地区茶产业发展茶叶标准服务体系和推广体系，创新茶叶标准化示范区建设新模式；提升从业人员标准化意识，培养“标准+茶叶”复合型人才，加强监督，充分发挥标准规范和引领产业作用。

**（七）科技释能，机制创新，智力资产确保效率变革**

1.提高科技自主创新水平。优化科研氛围，加强基础研究，推进交叉融合，建立高效的产学研协作体系，释放自主创新动能，培育符合现代茶业发展要求的创新主体，建立各类主体协调互动和创新要素高效配置的科技创新体系。探索科技成果与关联产业需求的精准对接机制，激发技术、市场、服务、资本等多方充分参与。加强茶领域科技人才队伍和智库建设，完善评价和激励机制，建立健全校企、院企双聘机制，充分调动科研人员积极性，为产业发展提供智力支撑。

2.加快科技成果转化应用。积极营造科技成果转移的氛围环境，通过政府或行业组织建立和完善风险投资机制，多渠道吸引社会资金和相关企业参与成果转化，加快成果的进一步熟化，提高成果转化效率；以市场为导向，建立起行业性、区域性和全国性的“互联网+科研成果交易平台”，汇集人才、成果、资金等各类信息，促进成果的宣传、提高成果的认知度并促进成果交易；通过技术支撑和生产示范加快科技成果商品化，形成技术指导+商品化科技成果的一体化茶业社会化服务体系，逐步扩大技术服务覆盖面。

**（八）产业融合、功能拓展，茶旅文康健协同发展**

1.发掘茶叶新功能新价值。依托茶园风光、乡土文化等资源，加强对茶叶文化遗产发掘、保护、传承和利用，深入挖掘茶叶多种功能与多重价值；促进各地茶产业与文化旅游的信息对接与要素融合，推进茶区茶企在茶叶生产流通环节中融入文化旅游元素，鼓励扶持开发茶叶技艺非遗工场、茶主题旅游演艺、非遗体验、团建康疗、健康餐饮、茶浴茶疗等综合功能服务产品。

2.茶旅文康精品化发展。加强健康、生态、文化要素提炼，茶叶商品体现原产地文化、旅游和健康特色，鼓励茶叶产品与山西药茶等原产地特色花草茶产品合作，把握定位、差异竞争、彰显功能、错位发展；推进茶旅文康企业与茶叶种植生产、商贸流通企业开展异业合作，支持深化、丰富合作模式，多业态、多主体并行建设，实现茶旅文康业务规模化、品质化运营；茶旅文康项目标准化规范化发展，建立健全安全生产与服务质量监管制度，提高安全生产管理能力，以规范化为导向，打造推介一批精品景点、线路、茶乡。

**（九）普及传承、丰富业态，构建现代茶文化产业体系**

1.丰富茶文化产品和服务。创新茶文化产业新模式、新业态，增加相关产业文化含量和对茶文化对经济发展的推动作用；发挥社会大课堂的组织优势，茶文化进机关、进社区、进军营、进学校、进企业、进乡村，开展普及推广活动，加强体验式茶文化传播体系建设。

2.加大文化人才培养力度。通过茶文化学科和技能竞赛，大力弘扬和传承茶文化，建设茶文化传承基地，评选茶叶制作手工技艺传承人，加强茶叶非物质文化遗产的传承与保护。加强基础理论研究，为茶文化产业提供理论支撑，培养造就高素质的茶文化从业人员，提升茶文化教学和培训师资队伍的水平。

**（十）加强磋商、提升质量，确保茶叶出口实现新突破**

1.增强出口产品竞争力。加强出口原料基地建设，从源头控制优质出口资源，强化全产业链质量安全管理，推进生产设备的升级换代和加工工艺技术的创新提升。发挥品类优势，进一步扩大绿茶出口和市场份额；开发中国特有的特种茶，提高特种茶产量和国际市场占有率；发挥中国传统红茶产品优势，开发红茶主要消费国市场；加快茶叶深加工产品、延伸品的研发，扩宽国际市场。

2.巩固开拓国际市场。加大磋商力度，积极参与国际会议，发挥行业组织预警平台作用，有效解决贸易摩擦；支持和鼓励行业组织、重点茶叶企业举办形式多样的博览会、品鉴会和研讨会，通过宣传、体验、培训、指导，普及推广中国茶的品饮方法和生活方式，增强中国茶在国际市场的知名度和影响力；推进国际化品牌营销，强化品牌塑造，打造国际化茶叶品牌。巩固西北非、中亚独联体市场等主要传统市场，拓展欧洲、北美、东南亚、日本等重点市场，开拓南美、中东等新兴市场。

**四、保障措施**

（一）政策扶持。各茶区结合发展实际，坚持农业农村优先发展原则，制定发展规划，细化实施方案，加强顶层设计和产业政策引导。加大金融政策支持，建立多元化投融资机制，吸引社会资本投资茶产业建设。打造优势产业集群，支持茶叶生产装备升级和加工、仓储、物流等设施建设。加大市场环境治理力度，严厉打击侵犯知识产权行为，建立企业红黑名单制度，营造良好消费环境。

（二）科技引领。加快科技创新和技术推广，加强茶树新品种培育、保护和推广，鼓励茶叶生产区域因地制宜开展品种的选育和引进。支持科研院校与茶叶产区、基地、企业共建技术创新平台，开展基础研究和关键技术联合攻关，加快成果转化应用，加速推进创新成果产业化，提高技术到位率，提升产业核心竞争力。

（三）服务创新。培育新型经营主体，重点培育种植大户、农民合作社、龙头企业等新型经营主体，推进规模化经营，引领标准化生产。培育新型服务组织，开展茶园委托管理、病虫统防统治、肥料统配统施、市场营销宣传等服务，提高生产组织化程度。创新经营方式，推广订单生产、茶叶庄园等，积极发展新业态，构建新型利益联结机制，提高综合效益和竞争力。

（四）人才支撑。强化第一资源意识，突出产出导向，对接茶产业发展需求，科学合理设定人才培养目标，切实提高人才培养的目标达成度和产业适应度，注重培养应用型人才。优化行业人才引进与发展政策环境，着力打破人才流动壁垒，加强精专技能人才队伍建设，完善评价体系，弘扬工匠精神。

（五）氛围营造。注重典型带动和龙头带动，挖掘鲜活发展经验，加强行业交流，弘扬奋斗精神；充分运用传统媒体和新媒体，全方位、多角度、立体化地宣传茶产业建设经验，普及科学饮茶。通过博览会、交易会、推介会等多种形式，促进产销衔接，扩大品牌影响力，提升市场认可度。