

从国际茶展看中国茶产业创新突围

茉莉花茶啤酒、茶叶花生酥、时令鲜果茶……在近日举行的 2025 北京国际茶业展上,琳琅满目的创新茶产品成为展会一大亮点。传统茶业正通过产品创新、文化赋能和跨界融合,探索出一条高质量发展的新路径。

传统茶业玩转新潮流

“给我拿一盒茶粽,再拿一箱茉莉花茶精酿啤酒!”家住北京南五环的李先生,一大早便赶来北京展览馆展会现场,中华老字号吴裕泰展区里一系列“跨界”创新茶产品吸引了他的注意力。

“今年新推出的茉莉花茶精酿啤酒很受消费者欢迎,备的货两天半就卖完了,现在公司正给我们紧急补货。”吴裕泰前门旗舰店店长付代娣说。

面对消费市场新变化,我国茶业产业链进一步延伸,产品结构更加多元化。

“茶啤酒、茶食品等深加工产品和新茶饮业态快速发展,带动了茶产业综合产值提升。”安徽农业大学茶树生物学与资源利用国家重点实验室主任宛晓春说。

“大家都知道吴裕泰卖茶叶,同时我们也做茶粽、茶饼干、茶口香糖。时代在变化,消费者喜欢什么,我们就做什么,要紧跟潮流。”付代娣介绍,今年有了这款茶啤酒,为销售带来了新的增长点。

新茶饮激发市场新活力

“奶霜香芋”“金桂乌龙”……在中华老字号张一元的展台前,几款新茶饮吸引了许多顾客驻足问询。

新式茶饮是指采用优质茶叶、鲜奶、新鲜水果等天然、高品质的食材,通过更加多样化的茶底和配料组合而成的中式现制茶饮品。

调研发现,今年展会上,新茶饮为许多茶企业提升成交额打开了一条新通道。

“今年参展,我们发现新茶饮卖得非常好。”四川省茶业集团股份有限公司北京大区负责人李艳艳说。

2012 年,我国新式茶饮料进入萌芽阶段。短短十余年,行业发展

迅猛。

据浙江大学、浙江省农业农村厅等单位发布的《2022 中国新式茶饮料发展报告》,2022 年我国新式茶饮行业市场规模超过 1200 亿元,全国约有 50 万家门店。

而仅仅两年后,中国茶叶流通协会《2024 年度中国茶叶产销形势分析报告》显示,2024 年,我国新茶饮市场规模已突破 2000 亿元,门店总数接近 65 万家。

“我们是霸王茶姬、奈雪的茶、沪上阿姨、蜜雪冰城等知名茶饮品牌的茶叶供应商。”桔品茶业市场企划总监黄仕达说,近年来,随着茶饮行业的发展壮大,公司发展稳步提升。公司在全球最大茉莉花交易中心横州产地新建了 6 万平方米的新工厂,现已正式启用,同期云南新工厂也在筹备中。

报告显示,2022 年,新式茶饮行业年消耗茶叶超过 20 万吨,占当年茶叶总产量约 6.3%,直接带动茶产业一产增值约 200 亿元。

在桔品茶业展台,标语“产地原叶好茶定制供应商”写在展台最上方。

“最早我们只销售茶叶,后来开始研发茶饮应用配方,现在我们给茶饮企业直接提供完整的全案定制服务。今年我们的新品荔枝锡兰、青提玉露等创新工艺原果汁味茶,就是调研了年轻人的喜好专门推出的。”黄仕达说。

调查显示,新式茶饮消费者中 22 至 40 岁的消费者为主力,茶饮可为消费者提供自我满足、“种草”与“拔草”等体验式消费的情绪价值。

华泰证券分析师认为,年轻群体存在较多社交场景,且有较大体验需求。情绪消费或将进一步扩充现制茶饮消费场景、贡献行业需求增量。

值得关注的是,在年轻群体中,越来越多的消费者青睐“去糖”

“轻乳”“少糖”等更健康饮品,带动无糖茶饮市场呈现爆发式增长态势。

艾媒咨询数据显示,2015 年至 2022 年,我国无糖饮料行业市场规模由 22.6 亿元增至 199.6 亿元。

东方茶香飘四海

在四川省茶业集团股份有限公司的展台前,印有熊猫图案的茶叶包装吸引了人们的注意。

“大熊猫是我国国宝,也是我国重要的文化符号。将熊猫形象与传统茶叶相融合,既是文化传承,也是好山好水出好茶的证明,还能吸引年轻消费者。”李艳艳说。

文化赋能已成为行业共识。茶颜悦色以《千里江山图》为灵感设计杯身,让喝茶变成“手握文物”的沉浸体验;奈雪的茶结合了各地风土文化,在多个城市举办特色专场,为消费者带来丰富多彩的茶文化体验……

“年轻消费者的消费潜力大,将传统文化与当代主流文化相结合,是赢得他们的关键。”中国农业科学院茶叶研究所副所长王新超说。

当前,我国新茶饮发展势头迅猛,正加快开拓海外市场。

蜜雪冰城已进入东南亚、日本、韩国、澳大利亚等市场,截至 2024 年 9 月 30 日,海外门店达 4800 家;

喜茶进军新加坡、美国、泰国等国家,推出区域限定产品与当地 IP 联名;

霸王茶姬今年 4 月正式在美股挂牌上市。截至 2024 年,海外门店超 150 家,部分热门商圈日均销量超 800 杯……

从千年茶马古道到现代茶饮连锁,从传统冲泡技艺到跨界融合创新,中国茶产业正以开放包容的姿态拥抱时代变革。当东方茶韵遇见世界潮流,中国茶的故事正在续写更精彩的篇章。

(韩佳诺)

建设清廉国企

清风护航 激活供电“廉细胞”

“我是个电力工人,我该对千千万万个家庭负责,这钱我收了一次就会有第二次、第三次,越陷越深……”近日,国网嵊州市供电公司组织年轻干部观看了警示教育视频《验收》,该视频为该公司与嵊州市纪委监委联合制作,并荣获第二届浙江省清廉国企短视频大赛最佳教育奖。

这是该市纪委监委和市供电公司纪委共同探索实施“政企联建”勤廉工程的一个缩影。

近年来,国网嵊州市供电公司在该市纪委监委的指导下,完善政企联动沟通机制,共同签订《关于共同推进党风廉政建设工作的协议》,深入落实《关于探索“政企联建”勤廉工程的工作方案》,做实做细“清风 365 行动”,不断完善沟通协调、信息共享、线索移送等工作机制,持续深化清廉国企建设。截至目前,该公司已创建市级清廉站所 6 个、国网浙江省电力有限公司首批“5+N”清廉单元 1 个。

清廉国企建设离不开制度的保驾护航。“我们坚持‘岗位职责+廉洁风险+监督制约’思路,梳理‘敏感岗位、关键人员、小微权力’三张清单,条目式、清单化排查业务领域廉政风险,编制供电所廉洁禁令,出台《供电所“小微权力”廉洁风险防控手册》,完善‘纪法审财组’监督机制,建立问题整改‘双责任制’,推进制度管权管人管事。”国网嵊州市供电公司纪委书记屠毓慧表示,实施“小微权力”阳光工程以来,公司因地制宜出台了《光宇公司光伏项目管理的工作意见》《合规风险库》《业务流程管控合规管理清单》等 9 个制度。

制度的执行离不开有效的监督。多年来,该市供电公司不断整合基层监督力量,强化“清廉细胞骨架”,加强“民情日记”在基层监督体系的实践应用,创新实施基层联系点蹲点调研计划,吸纳辖区系统外部分政协委员、人大代表、重要企业负责人等成立行风监督小组,通过借助外部力量,及时发现和掌握权力运行上的苗头性、倾向性问题,从而推动基层“末梢”转向治理“前哨”。今年以来,市供电公司在市纪委监委的协助下,持续整治群众身边不正之风和腐败问题,开展国有投资项目临时用电电缆资产处置排查、工程物资管理、用户受电工程“三指定”检查等专项监督,发现并整改问题 6 个。

“叮!劳动最光荣,廉洁过‘五一’。公司‘三严廉律’提醒您:一是严格落实中央八项规定精神,严禁违规收送礼品礼金、接受管理服务对象安排的车辆、旅游等隐形变异行为……”5 月 1 日早上 8 点,市供电公司全体电力工作者的手机同时响了起来,大家都收到了公司纪委发出的节日提醒短信。

筑牢廉洁根基,必须把牢思想之舵。为深入推进公司警示教育常态化,市供电公司制定实施“廉润育人”工程,通过发送“三严廉律”提醒短信、编制《违纪违法典型案例集》、开设公众号“清风·徐徐道来”专栏、举行纪法知识竞赛、实施家庭助廉“6 必问”、参观廉政教育基地等形式将“崇廉拒腐”的理念传达到每一位员工、每一个岗位。截至目前,市供电公司已发送廉洁短信提醒 40 余次,开展廉洁家访 7 次,举行纪法知识竞赛 3 次。

“下一步,我们将不断深入实施‘政企联建’勤廉工程,强化基层供电‘小微权力’监督体系,持续推进清廉建设与企业发展的共融共促。”国网嵊州市供电公司主要负责人表示。

(嵊州市纪委监委)

江苏盱眙:三河农场夏收夏种忙



5 月 28 日,收割机在三河农场收割小麦(无人机照片)。

“三夏”时节,在位于江苏盱眙的江苏农垦三河农场的农田里,农机来回穿梭,一片繁忙景象。农人们抢抓农时,进行夏收、夏种等作业。据介绍,三河农场 4.1 万亩小麦目前已收获七成。

季春鹏/摄