

# 《扩大消费“十五五”规划》为茶行业划了哪些重点？

7月13日，国务院发布关于《扩大消费“十五五”规划》(以下简称《规划》)的批复，明确了“十五五”时期消费领域发展的思路目标、重点任务和政策举措。《规划》提出，到2030年社会消费品零售总额达到60万亿元左右、居民消费率明显提高等发展目标，围绕服务消费、商品消费、业态模式场景、消费能力、消费环境、制度机制6大领域部署28项重点任务。

这是新中国成立以来第一份国家级消费领域五年专项规划。换句话说，国家第一次专门为“怎么让大家花钱、花好钱”提出了一份五年蓝图。

《规划》释放了哪些重要信号？将对茶行业产生哪些影响？

## 产业定位：

### 从“传统农业”到“历史经典产业”

《规划》明确提出，支持工艺美术、文房四宝、丝绸、茶叶、中药等历史经典产业发展。对茶行业而言，这一句话分量极重。茶产业是全产业链规模超万亿元、年吸纳就业超6000万人次的民生产业，过去常被归为“农副产品”或“土特产”，如今国家层面对茶叶的定位从“传统农业”提升为“历史经典产业”，意味着茶叶的产品属性、价值高度都得到了高度肯定。这为茶产业的升级发展明确了新方向：挖掘茶文化的历史价值，打造更具文化辨识度的中国茶品牌。

此外，《规划》明确提出促进农产品消费，加大绿色、有机、名特优新和地理标志农产品供给，促进产供销精准衔接。多年来，我国茶行业积极推进绿色、有机建设，茶叶合格率多年保持在98%以上，获得国家地理标志认证的茶类已达200多个，具备原产地资源禀赋的茶企，可借势将地域特色转化为品牌核心竞争力，跳出大宗农产品同质化价格竞争，开辟高品质、高溢价的增长通道。

## 品牌建设：

### 从“把茶做好”到“把茶卖好”

《规划》提出，系统培育中国消费名品方阵，构建以企业品牌和区域品牌为主体的中国消费名品体系；加强中华老字号、国货品牌培育保护；积极推动中华文化元素融入品牌建设，支持开发原创IP品牌，推进“IP+消费”，推进文化贸易“千帆出海”行动计划。

《规划》从需求侧加大品牌建设力度，品牌不仅是供给升级的产物，更是创造需求的抓手。对茶行业而言，品牌建设不应止步于“把茶做好”，更要“把茶卖好”。茶企应系统推进品牌建设：在品牌架构上，区域公用品牌解决产地信任问题，企业品牌解决市场认知问题，产品品牌解决消费选择问题，形成三层联动；在品牌边界上，从商品品牌向服务品牌、文化品牌延伸，涵盖茶文旅研学品牌、茶空间品牌、茶道课程品牌及茶文创IP品牌；在品牌内核上，深挖产区风土、非遗技艺、历史典故等文化资源，将其转化为品牌叙事核心，并开发原创IP及周边衍生品。“千帆出海”行动计划则为茶叶出口从“原料输出”向“品牌输出”“文化输出”转型提供了国家平台。

## 文旅融合：

### 从“卖茶叶”向“卖生活方式”转变

《规划》提出，扩大优质文化和旅游消费供给，深化“文旅+百业”融合发展；支持文创、非遗品牌发展，培育研学旅游等项目，发展夜间文旅经济。茶与文旅产业具有天然的融合契合度，茶产区可系统化打造“沉浸式”茶旅体验，从茶园观光到采茶制茶体验，从茶文化研学旅行到茶主题民宿，从夜间茶市集到茶文化沙龙，推动生产场景向消费场景转化。

《规划》还提出，提升餐饮服务品质，培育地域餐饮品牌，这就为“餐茶融合”创造了新空间。茶企可与特色餐饮、地方美食街区联动，将品茶融入餐前、餐中、餐后全流程，开发佐餐茶、茶点套餐、茶宴等新

形态，让茶从独立的消费品类融入更广泛的餐饮消费场景。《规划》还明确支持消费载体向沉浸式、互动式多元场景升级，并实施审慎监管，茶行业在新业态探索中将获得更大的创新空间。

## 消费环境：

### 让“货真价实”的好茶脱颖而出

《规划》提出，创新开展放心消费主体培育，发展放心消费商店、餐饮店等基础单元及放心消费市场、商圈、景区等集聚区；规范网络销售、直播带货；严厉打击侵权假冒违法行为；实施农村消费市场净化行动。

长期以来，茶行业面临以次充好、产地造假、年份虚构等问题，价格定价标准不明确、不透明，消费者往往面临“花高价买不到好产品”的困境，制约着茶消费潜力的释放。《规划》明确打击侵权假冒、规范直播带货，核心导向是从源头规范市场秩序，真正实现让消费者“愿意买、敢花钱”。建立数字化溯源体系是解决信任问题的基础工程，借助区块链、一物一码等技术实现从茶园到茶杯的全程可追溯，让消费者扫码即可查验茶叶产地、加工、检测等全流程信息，用数字化手段解决信息不对称问题。规范网络销售和直播带货是净化线上市场的关键环节，直播带货从“流量驱动”向“品质驱动”转型已是趋势，茶企应主动适应这一变化，确保直播宣传内容真实准确，避免夸大宣传和虚假营销，以品质赢得市场信任。强化地理标志和品牌保护是维护市场公平的重要保障，茶企应积极运用法律手段维护自身品牌权益，借助政策加大对地理标志产品和品牌茶企的保护力度，降低打假维权成本，维护公平竞争的市场环境。

《扩大消费“十五五”规划》从产业定位、品牌建设、体验升级、环境优化四个维度为茶行业释放了系统性政策红利。未来五年，茶行业需把握《规划》政策窗口期，以文化为支撑、以品质为基础，在60万亿元消费大市场中把茶叶卖得更好，让品牌走得更远。

来源：《中华合作时报》

# 北苑问茶

□吴志高

何为北苑？北苑是建州凤凰山麓独树一帜的皇家御茶园。那里孕育的龙凤团茶，宛如宋时明月般皎洁，仿佛历史长河中一颗绚丽夺目的明珠。然，北苑之价值，从来不局限于山水茶园、帝王香茗的外在表象。正如《茶神传奇》序文所写：“北苑是一种精神更是一种文化。”因为，这片茶山承载着茶人精益求精、守正创新的匠人本色，更体现着皇权礼制、文人养性的多元文化内核。

千载御茶，北苑御茶的历史，可追溯至五代闽龙启元年(933)。建州茶人张廷晖献出凤凰山三十里茶山，设立闽国御茶园；保大三年(945)，南唐得建安，次年春，以金陵禁苑北苑使建造建州茶，“北苑茶”自此定名。

北苑的格局从来不止一隅茶山。据明嘉靖《建宁府志》载，北苑有官私茶焙一千三百三十六处，分内外园制，内园专供皇室祭祀和享用，外园茶叶则赏赐文武臣僚。两宋时，龙凤团茶既是汴京、临安朝堂之上的珍贵国礼，亦远赴辽、金、高丽，为各国皇室争相珍藏。同时，茶香更东渡扶桑，南宋荣西禅师携茶种、点茶法回国，著《吃茶养生记》奠定日本茶道根基。韩国茶礼“和、敬、俭、真”亦与北苑茶道如出一辙。宋元以降，北苑茶经由海上丝路扬帆西去，成为欧洲认知华夏文明的窗口。

后世虽几经茶事变革，北苑茶脉始终未断。元大德六年(1302)朝廷于武夷山敕建御茶园，但北苑依旧是核心产地。据《八闽通志》载，“宣德八年知县戴肃建茶堂三间……成化十八年，知县桂镐建焙茶之室凡三间。”反映了当时贡茶制度的延续与茶政的持续完善。明洪武二十四年，明太祖虽下诏罢造龙团，但“惟采芽茶以进”则表明此番变革并非舍弃北苑茶，只是制茶由团茶转向散茶，国人饮茶从点茶过渡为泡茶，北苑茶脉依旧延续至清朝中后期。

精研技艺，赓续百年的守正创新是北苑茶兴盛四百余年的核心密码，是历代茶人坚守的匠心与生生不息的创新精神。宋代御茶制作规制严苛，宋太宗专门颁布诏令，令研茶师傅洁净衣冠、洗净手足，以敬畏之心对待每一饼团茶。宋时制茶恪守“五惟四必”准则，采茶、拣茶、蒸茶、榨茶、研茶、造茶、过黄、封装八道工序环环相扣，每一细节皆倾尽心力，将敬畏技艺、追求精致的工匠精神诠释得淋漓尽致。

北苑茶的传奇，更是一部持续突破的创新史。张廷晖推动蒸青碎末茶向研膏茶、蜡面茶转型，属开山之创新；蔡襄改制小龙团，精简形制、精选品质，则是进阶之创新；贾青创制密云龙，工艺愈发精细；郑可简甄选银线水芽，造出极品“龙园胜雪”，突破前朝定式。一代代茶人前赴后继、推陈出新，不断突破工艺边界，终令龙团凤饼冠绝天下，赓续四百余年。宋徽宗于《大观茶论》盛赞“龙团凤饼，名冠天下”，宋代



来自各地的游客在建瓯市小桥镇后塘村甘源茶园重走北苑贡茶古道（资料图片 魏剑生 摄）

周绛《补茶经》中言“天下之茶，建为最；建之北苑，又为最”绝非虚夸。因为，龙团凤饼已然超脱茗饮本身，成为宋代追求雅致的具象化缩影。

礼韵传情，沉淀千年的精神内核自划定皇家御茶园起，北苑茶便与朝堂礼制、文人风骨深度绑定。龙团凤饼，特置龙凤模，以剔庶饮，乃帝王恩宠之极致彰显。贡茶品级划分森严，龙茶仅供帝王、亲王，凤茶赏赐宗室、学士，茶成为区分朝堂尊卑的礼制符号。清代沿袭前朝规制，经筵讲学、千叟大宴、献茶、赐茶是不可或缺的礼仪。帝王赐茶，既是对臣子功绩的嘉奖，也是维系笼络君臣的纽带，朝野百官皆以获赠北苑御茶为莫大荣光。

不止于朝堂礼制，北苑茶更塑造了一代宋人风雅。

汴京、临安城内，北苑茶带动饮茶风尚迭代，雅致点茶取代唐代煎茶风靡朝野。蔡襄著《茶录》、宋徽宗撰《大观茶论》，系统梳理茶理、规范茶艺；斗茶、茶百戏盛行士林，与焚香、挂画、插花并称文人“四般雅事”。两百余位文人士大夫、数十位宰辅乃至二十多位帝王，为北苑灵芽写下千首咏茶诗词，传世茶书凡19部，宋代茶家著半壁江山。欧阳修得赐小龙团，惜若珍宝，在《归田录》中感叹：“其价值金二两，然金

可有，而茶不可得”；陆游《建安雪》中说：“建溪官茶天下绝，香味欲全须小雪。”抒发了其身作为茶官得尝珍品的庆幸；苏轼以佳老喻佳人，颂其“中和纯正”，借以自守高洁风骨；范仲淹一曲《和章岷从事斗茶歌》，写尽山林茶事风流。

宋徽宗倡导茶道四谛——清、和、澹、静，道尽北苑文化精神内核。清，是茶芽洁净之本，是人心澄澈为官廉洁之境；和，是茶汤醇和温润之味，是为入处世平和包容之心；澹，是茶味淡雅悠远之姿，抑或是看淡功名利禄的胸襟；静，是茶席清幽安然之境，更是内心安定的自持。两宋年间，无数文人墨客于一盏清茶安放身心，在氤氲茶烟里自省修身，坚守“穷则独善其身，达则兼济天下”的理想信念。

何为北苑？一问茶园茶香越千载，一悟精神文化之内核。岁月流转，茶花开了又谢，凤凰山云雾依旧缭绕，北苑茶香从未断绝。它是宋代精致生活与高雅审美的缩影，是诗、茶、艺、礼共生共存的东方雅韵；是蕴藏着精益求精的匠人坚守和开拓探索的创新精神，更兼具兼容四海的广阔胸怀，承载“清、和、澹、静”的人生哲思。千年北苑精神，终将伴着袅袅茶香，代代传承、历久弥新。

写茶的书，不算少。网上随手一搜，茶经译注、历史源流、冲泡技法、品茶心得，林林总总，蔚为大观。但把“茶”与“茶食”放在同一维度来写的书，确实不多见。

令人欣喜的是，前些日子，《中国武夷茶与茶食》出现在了京东推荐页上。初次相逢，是在2024年11月16日的第十六届海峡两岸茶业博览会上。迅速下单，待书到手后，便立即在茶香中翻阅起来，始觉字里行间萦绕着袅袅茶香，作者以茶与茶食为经纬，织出一幅山水与日常交织的生活图景。

### 一本书，两个不简单

编著者岑晓华与林丽莉，一位是可持续生活方式的践行者，一位是福建省中医药大学教授。两人用一年多时间，深入武夷山的茶园、村落与餐桌，完成了一场从文化梳理到产品研发的田野行走。

有评论说，作者对茶的态度“既简单，又不简单”。简单，是因她推崇天然与纯粹，“回归食物本身的纯粹”；不简单，是因她让茶食从味蕾出发，牵引出视觉、触觉乃至文化记忆的多重脉络。书中的章节都不长，文笔清雅，读来轻盈，余味却深。

陆羽《茶经》中便有记载，茶叶本身即可制成茶食。从先秦的煮羹羹饮，到后来的茶宴雅集，“茶食”虽在宋朝才正式得名，源头却可追溯至“药食同源”的朴素年代。魏晋时茶食萌芽，唐宋时茶宴风靡，元明清时走入市井，及至当代，又在全球化激荡中焕发多元文化记忆的多重脉络。书中的章节都不长，文笔清雅，读来轻盈，余味却深。

### 红配甜，乌龙配酸咸

书的中段，是一个既理性又浪漫的世界。

为什么人们常说“红配甜，乌龙配酸咸”？背后藏着中医食养的智慧。书中提炼出三大原则：整体性——每一次相遇皆以滋养身心为旨归；制宜性——顺应天时、地利与人和；平衡性——讲究性味调和。

读来并不枯燥。水仙茶清幽，配桃酥或杏仁饼，甜得含蓄，香得内敛，恰好彼此托举。老白茶陈香温润，与绿豆饼、莲蓉糕相遇，如老友重逢，滋味层层打开。书中还系统梳理了南平各地的土特产：五香笋干、芝麻片、百年蔗糖红豆饼、五夫莲蓉酥。它们不只是搭配表中的“配角”，更是一个地方的味觉记忆。

武夷山的茶宴传统，由来已久。从幔亭宴的古老传说到“武夷茶宴”，再到浸润理学精神的“朱子家宴”，茶食在这里从来不是点缀，而是日常。茶汤入饌、茶粉调味、茶叶增香，让茶的风韵贯穿整道菜肴。“武夷肉桂茶桂茶粥、高枞水仙炒春笋、寿眉茶香黄瓜拌、金骏眉山药糕……”十二道菜，对应十二月令。春有春笋的鲜嫩，夏有黄瓜的清爽，秋有桂花的甜暖，冬有山药糕的温润。每一道都是茶乡的季节告白。

读到此处，不免心生向往。原来茶还可以这样吃，日子还可以这样过。

### 一本书的启示，一个产业的远方

今天的武夷山，茶产业正迎来前所未有的机遇。2025年，武夷山茶全产业链产值已达170亿元，约12万茶农因茶而富。武夷岩茶品牌价值突破760亿元，稳居茶叶类全国第一。但“一片叶”的故事，不能只停在“泡”上，还要往更深处、更广处延伸。

茶食，亦是一个新的突破口。

从一本书出发，要让茶食真正走入生活、走向世界，还有几件事值得去做：

让茶食有标准可依。书中的搭配智慧，需要转化为可复制、可推广的产品规范。武夷山在茶叶标准化方面已有丰富经验，茶食领域同样需要建立从原料到工艺的品控体系，让“书里的味道”经得起货架和时间的检验。

让茶食融入旅途。今天的武夷山，已构建起茶文化体验的多元版图，拥有各具特色的茶庄园、茶空间。茶食应当成为这幅版图中的点睛之笔：游客不仅能喝到一杯地道的武夷茶，还能尝到一枚岩茶桃酥，带走一盒金骏眉山药糕。让“吃茶”真正成为武夷山文旅体验的闭环。

让茶食随万里茶道走向远方。武夷山是“万里茶道”的起点，这条古老的贸易路线曾将武夷茶送往遥远的俄罗斯与欧洲。今天，地道的武夷茶食可以沿着这些茶道，让世界不仅知道武夷山的茶香，也领略武夷山的味美。

让茶食走进年轻人的日常。新茶饮的崛起，让年轻一代重新爱上茶。茶食同样需要“年轻化”地表达，茶味冰淇淋、茶点盲盒、茶食手作体验……让传统在创新的载体中，找到新的知音。

这本书给我的感觉，像一场纸上茶宴，不喧哗、不卖弄，只是安静地摆在那里，等你落座，等你举箸，等你在一盏茶与一枚茶食之间，找到片刻的安宁。

正如书中一再传递的那份心意：茶的魅力，从来不止在一杯茶汤里。它在一碟茶点的酥香中，在一席茶宴的烟火里，在四季轮转的餐桌之上。

而这本书更大的意义，或许是提醒我们，在匆忙的生活中，仍可以停下来，好好泡一盏茶，好好吃一口食，好好地，和自己待一会儿。

这大概就是“好好生活”的中国答案。



7月27日，美国友人在武夷山“达天下茶书院”体验武夷岩茶制作技艺——手工摇青。

当日，美国茶文化爱好者来到武夷山开启寻茶之旅，搭建中外茶文化交流的友好桥梁。美国友人走进达天下茶书院，深度体验武夷特色茶文化。在专业茶师的悉心指导下，体验武夷岩茶制茶技艺，感受非遗制茶工艺的匠心与底蕴。同时，系统修习中式武夷茶艺礼仪、冲泡手法，细细品鉴若茶醇厚甘润的独特滋味。

（裴礼辉 邱汝泉 摄）



闽北日报（宣）