土特产探路记

安徽祁门 百年红茶香飘四海

□ 本报记者 梁 睿

祁门红茶简称“祁红”，是中国十大名茶中唯一的红茶，因产于安徽省黄山市祁门县而得名。祁红与印度大吉岭红茶、斯里兰卡乌瓦红茶并称为世界三大高香红茶，在国际上享有盛名。其香气如花似果似蜜，故称为“祁门香”，是茶叶界唯一以地名命名的香型。100多年前，祁门红茶就从阊江入鄱阳湖到汉口，踏上万里茶道，远销世界各地。

“祁红特绝群芳最，清誉高香不二门。”祁门红茶因汤色红艳明亮、香气如花似果的优良品质享誉全球。2022年，祁门红茶制作技艺入选联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录。2024年祁门县茶叶产量7800吨、综合产值70亿元，祁门红茶公共品牌价值46.6亿元，连续两年位列中国地理标志农产品（茶叶）区域公用品牌声誉榜单前十。

2022年 祁门红茶制作技艺入选联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录

2024年 祁门县共生产茶叶7800吨 综合产值70亿元 茶农人均茶叶收入7500元 祁门红茶公共品牌价值达46.6亿元

目前 全县茶园总面积达19万亩 厂家及经营主体600余家 茶叶类商标注册总数超1300件

上图 黄山市祁门县历口镇的茶农在采摘茶叶。 新华社记者 刘军喜摄

助农增收

“早上摘了差不多20斤茶叶。”近日，76岁的祁门县平里镇平里村村民廖云霞在茶园里告诉记者，“下午还能摘上20斤，每天能有100多元工钱。”廖云霞采摘茶叶的平里生态茶园属于安徽省祁门红茶产业集团，数百亩茶园沿着山势蔓延，一垄垄茶树郁郁葱葱，在阳光照耀下焕发出勃勃生机。

“红茶原料来源比较广泛，我们夏天也采一些。”祁门红茶产业集团董事长姜红告诉记者，“生态茶园用工较多，除草、采摘等生产环节都给当地农民带来了不少劳务收入，村民仅摘茶一项，收入高的一天能拿300多元。”

“茶叶让村民增收的例子比比皆是。”祁门县农业农村局高级农艺师耿其明说，近年来，祁门县采取“公司+合作社+基地+农户”发展模式，从种苗管护到采摘包装，从明前茶到夏秋茶，茶产业有着持续大半年的务工周期和多环节的务工需求，这为周边村民提供了大量的就业岗位，带动当地农户持续稳定增收。

祁门县历口镇湘东村依托傍依国家地质公园、国家级自然保护区牯牛降，生态优美、资源丰富，茶园面积2417亩。近年来，该村依托资源禀赋，聚焦做大做强茶产业，积极开辟乡村全面振兴发展路径。该村党支部牵头组织，通过村经济股份合作社成立3个秋挖队、3个茶园修剪队，开展社会化服务20余次，惠及200余户茶户，既增加了村集体收入，也为当地茶农带来了便利。“去年，我们茶农户均收入达3万元，带动村集体增收10余万元。下一步，我们将继续发展优质茶园，优化茶叶产品，扩大生产规模，做大做强产业品牌，把茶叶发展的重心转移到提高产量、质量和效益上来。”湘东村党支部书记胡秀军告诉记者。

在保障品质的基础上，祁门县全面擦亮金字招牌，提高产业附加值。该县开展全国首个全域茶叶无农残城市建设，提升茶叶品质，提高茶叶售价，目前，当地绿色、有机认证茶园面积达2.3万亩。优化产品结构，开发新品种，除传统祁门工夫红茶外，当地祁红香螺、祁红金针、祁红毛峰、祁红粽茶、祁红花茶、祁红饼茶、祁红中药茶饮包等新品类也快速发展，以更好适应市场需求。加强品牌建设，祁门县茶叶类商标注册总数超1300件，其中驰名商标1件、安徽省著名商标18件、安徽省名牌产品5个、安徽省老字号6个。祁门红茶公共品牌连续9年入选“中国茶叶区域公用品牌价值十强”“2023大众喜爱的中国茶品牌Top10”与“中国名茶品牌公信力Top10”。

2024年12月18日，“祁门红茶协会”集体商标与年份祁门红茶标准发布。“祁门红茶协会”集体商标相当于祁门红茶的“认证徽章”。使用“祁门红茶协会”集体商标的生产经营者，必须符合“原产地在祁门，持有祁门市场监督管理局核发的营业执照与食品生产许可证，产品质量检测报告合格”等申请条件，从而维护祁门红茶独特性和价值。

“通过使用集体商标标贴的形式，规范祁门红茶的经营活动，完善‘祁门红茶’区域公共品牌管理体系，维护祁门红茶核心产区的生产、流通秩序，净化市场环境，从而保护好‘祁门红茶’这块金字招牌。”国家级祁红非遗代表性传承人、祁门红茶协会会长王昶表示，集体商标的使用不仅使“祁门红茶”区域品牌质量得到保障，还会进一步规范祁红市场。

目前，祁门全县茶园总面积达19万亩，茶叶初制、精制厂家及经营主体600余家，其中国家农业产业化重点龙头企业、全国茶叶百强企业1家，国家高新技术企业4家，省级农业产业化龙头企业4家，市级龙头企业12家，茶叶专业合作社230余家，家庭农场70余家，茶叶产业化联合体9家。

科技赋能

在锻强产业链、提升传统红茶品牌价值基础上，祁门县还坚持科技赋能传统，匠心赋茶灵魂。耿其明表示，当地推广智慧茶园管理，用物联网传感器监测土壤温湿度、光照，用无人机巡查病虫害，精准施药，保障有机种植。

在祁门县历口镇西塘智慧茶园，为应对虫害，园区布设虫情测报灯等各类杀虫设备，实时监控灭杀害虫。此外，管理员还通过实时传感器采集茶园中风速风向、降雨量、光照等信息，分析茶树生长过程中的温度、湿度、光照、土壤等环境参数。这些智能设备采集的数据上传至可视指挥管理平台后，工作人员通过可视指挥中心就能完成资源调配、信息管理和远程操控，真正做到“一屏观茶园、一键管生产”。

“加快科技成果转化是茶企转型发展的关键。我们以科技进步为核心、以技术创新为手段、以产学研为依托，密切关注前沿技术和开发热点，结合现有优势，加强红茶研究创新并实现产业化。”姜红说，传统祁门红茶制作需经历初制、精制等多道工序，耗时较长。作为国家高新技术企业，公司坚持传统继承和创新发展互促并进，以非遗大师茶为品质标准，研建我国首条祁门红茶初制、精制一体化，5G智能化生产线，实现红茶加工技术新突破。

在祁门红茶集团生产车间，记者看到，制茶师傅们正将当天采摘下来的鲜叶，分批送进祁门红茶初制、精制一体化生产线。技术人员不时查看茶叶萎凋、揉捻、发酵、烘干等各道工序的加工情况，适时调节电脑参数，保证茶叶加工品质。姜红说，这条祁门红茶初制、精制一体化，5G智能化生产线于2023年9月份投产，实现了从鲜叶到成品茶的全流程自动化、不间断作业，加工时间从传统工艺的50天压缩至13小时，极大缩短了生产周期，该生产线每天可加工鲜叶约2万斤，年精制加工能力达1000吨，有效提升了市场响应速度。

在改进传统生产方式的同时，祁门县也不断在选育优良茶树品种上发力。去年9月，祁门红茶的“当家”品种槠叶种茶籽搭载我国卫星顺利完成了14天在轨飞行试验，完成空间诱变育种实验后，这批“航天茶籽”顺利返回地面，并在种植园区“入地”。

姜红告诉记者，目前“航天茶籽”已长出近百株苗，“后续我们将采集太空茶苗的叶片样本，交由农业专家进行成分分析。经科学验证，对确实具备显著育种优势的品种，将作为槠叶种的太空改良版进行推广种植”。

文化传承

在科技提升红茶生产能力的同时，祁门县还积极借助百年祁门红茶大IP，挖掘文旅价值，不断擦亮“祁门红茶”金字招牌。开园节、斗茶会、茶王赛，群众性茶事活动层出不穷。大使茶座、围棋争霸赛、建筑设计竞赛，跨界融合的茶文化盛会屡见不鲜。

祁门县文旅局副局长方雯说，当地策划“就到徽州过大年，祁门红茶去邀约”等系列主题活动，祁门红茶已冠名高铁专列，还举办以“万里茶道祁门红·九宫打卡助振兴”为主题的送“茶”礼等活动12场，提高祁门红茶的对外影响力和知名度。祁门县还拍摄制作祁门红茶主题微短剧《茶香暖时光》《念念有茗》2部；设计全球首位茶界虚拟人“群芳最”作为祁门红茶“代言人”；融合森林康养理念，鼓励本地民宿创新推出养生茶宴；推动陈皮祁红、栀子祁红、黄精祁红等爆款茶饮和新中式茶饮成为年轻人的新宠。

“在红茶文化传承项目建设方面，我们推动祁红非遗手工坊、平里生态茶园综合体建成，助力发展茶瓷研学活动。”方雯告诉记者，目前，祁门茶文旅融合发展路线串联起中心城区与平里镇、历口镇、箬坑乡等6个重点产区、100余家主题民宿，形成“春采茶、夏避暑、秋制瓷、冬品宴”的全季旅游模式。

今年4月28日，2025年黄山文旅及茶产业英国推介会在英国德比郡举行。在当天活动上，黄山祁门红茶德比郡店正式授牌运营，黄山风景区管理委员会和德比郡旅游局、黄山市文化和旅游局与德比郡旅游局分别签订合作协议，双方将在旅游线路开发、品牌营销推广等方面深度联动，通过互办文化交流活动持续提升国际影响力。

这并非祁门红茶首次在海外市场发力。2024年6月，祁门红茶集团在英国布里斯托开设了其首家海外体验店，以“茶咖联名”模式融入当地消费场景。该门店不仅展示传统祁门红茶礼盒装产品，还定期举办非遗茶艺表演，让英国消费者近距离感受“祁门香”的独特魅力。开业至今，通过本土渠道与品牌直营结合，该店已成为祁红在欧洲市场的重要窗口，推动传统红茶出口额稳步增长，为品牌国际化积累了宝贵经验。

姜红告诉记者，祁门红茶集团还先后在英国、新加坡、马来西亚、尼泊尔开展祁门红茶推介会，这是祁门红茶走向国际化的重要一步。此外，祁门红茶集团还参与马来西亚国际饮料食品展，加强与其他茶企及行业相关方的合作，为未来业务多元化发展开启更多机会。

据介绍，下一步，祁门县将以祁门红茶为引线，串起“农、文、茶、商、旅”全面发展之路，携手茶企合作共赢，积极开拓海外市场，让祁门红茶香飘四海。

传统点评

新茶 学点

梁 睿

近年来，新茶饮行业发展势头强劲。从城市里的各式店面到五花八门的风味口感，再到社交平台上的各种打卡分享，新茶饮作为消费市场新宠不断“出圈”。

对于新茶饮品牌这些年的发展，记者在采访中听到不少老茶人感叹：“他们才干十几年，就能风靡大江南北，年销售额达几十亿元甚至上百亿元。”新茶饮快速崛起着实让守着金字招牌做了一辈子茶叶的老茶人既羡慕又困惑。新茶饮何以胜出？传统茶饮又该如何借鉴？

新茶饮为何受欢迎？首先，口感好。它迎合了年轻消费者对口味创新和个性化体验的追求。新茶饮在保留茶底香气的同时，加入水果、牛奶、糖浆球等配料，为饮者带来“既能喝又能嚼”的独特体验，丰富口感远胜于单调的茶汤，让众多年轻消费者欲罢不能。其次，颜值高。新茶饮凭借高颜值的包装设计、独具辨识度的品牌符号，以及别出心裁的定制化跨界联名，成功跻身年轻消费者必备时尚单品行列。这些精心打造的视觉元素，精准契合了年轻群体热衷于“拍照打卡”、在社交平台分享生活的心理需求。最后，善营销。新茶饮统一的品牌形象、标准化的产品体验，实现了自营渠道线上、线下、自提、外卖等多种服务场景覆盖，此外还通过特色IP或活动吸引更多客流，如引爆网络的营销事件“秋天的第一杯奶茶”等。

可以说，新茶饮把工业化、信息化、标准化、快营销有效融合到了一起。然而，其有长处，也有弱点：文化积淀少，模式易复制；单品走量易，卖高价难。对此，传统茶产业既要看到自身文化积淀厚，传统茶叶代表性品类各具特色、产品难复制的优势，也要补上相应的短板。

一要擦亮原产地“金字招牌”。如祁门红茶、西湖龙井等通过建设生态茶园、地理标志保护、强化生产标准等措施，构建起品牌体系，规避同质化竞争。二要加快数字化转型。通过直播、短视频等新媒体渠道，将传统茶文化以年轻人喜闻乐见的方式传播，有效拉近传统茶与年轻人之间的距离。三要丰富产品形态。开发茶粉、茶胶囊等快速消费产品，解决传统饮茶方式“温壶烫杯”流程繁琐、耗时长、与快节奏生活难适应的问题。四要推动茶旅融合，如安徽祁门、福建武夷山等开发茶文化体验项目，游客可以参与采茶、制茶的全过程，形成茶产业的新增长点。

当然，要实现上述目标，还必须改变传统茶产业布局散、主体多、规模小、资本弱的问题。目前，全国茶叶市场有将近3000亿元市场规模，7万余家茶企，却无一家A股上市公司；而新茶饮不是已经在海外资本市场“敲钟”，就是在去“敲钟”的路上。不提高产业集中度，传统茶产业再好的规划也难免成为“空中楼阁”。

8月5日，学生在湖北省襄阳市保康县体育场踢足球。近年来，保康县积极落实全民健身国家战略，广泛开展全民健身活动，多元化体育健身场所不断建成，城市15分钟健身圈基本形成，让群众更好地体验和享受运动的快乐。 杨 韬摄（中经视觉）

浙江绍兴柯桥——

为纺织业装上“AI大脑”

本报记者 李 景 证券日报记者 冯思婕

“以往找面料，一个专业的采购团队往往需要2天到3天。使用‘AI布’找面料功能后，可在几秒内给出数个关联答案，客户根据答案，可就近或按照需求拜访商户，花费时间可缩短至分钟级别。”近日，在浙江省绍兴市柯桥区召开的中国印染大会上，纺织行业首个AI大模型“AI布”1.0版本发布。

绍兴数智科技有限公司副总经理罗玉成告诉记者，在前期走访长三角、珠三角地区纺织企业与贸易商时发现，当前，纺织行业存在面料匹配效率低、中小企业技术升级难、工厂产能利用率低等痛点，且通用性工具无法满足垂直场景需求。在此背景下，“AI布”大模型立项研发，瞄准行业信息不对称和技术断层，定位为AI驱动的全链路解决方案。

有着“国际纺都”美誉的绍兴柯桥，拥有从聚酯原料、纺丝织造到印染加工、服装制造的完整产业链闭环，“从一根丝到一件衣”的产业生态一应俱全。2024年，该区印染布产量达227.3亿米，占据全国近40%的市场份额，规模以上纺织企业910家，实现产值1406亿元，这一庞大的产业集群优势，为数据积累提供了得天独厚的条件。

依托国家中小企业数字化转型试点，柯桥区全力推动全行业“智改数转网联”，110家印染企业数字化改造全覆盖，智能装备占比超80%。通过“织造印染产业大脑”与“浙里工程师”平台的长期数据治理，沉淀了30余万条面料信息、1.8万余项技术成果、1.7万余名产业专家资源以及2000余条政策数据，这些标准化、高质量的数据，成为“AI布”大模型训练的关键养分。

“‘AI布’大模型一经推出，便在柯桥纺织业掀起变革浪潮。其公测版上线的找面料、找工厂、找技术、找人才、找展会、找政策六大核心功能，直击行业痛点。”柯桥区现代纺织产业服务中心党组书记王好表示，“AI布”让大量沉睡的数据动起来，发挥出数据价值，实现了供需精准对接、技术高效转化、人才生态协同和政策精准滴灌，推动纺织行业向高端化、智能化发展，着力破解行业中低端同质化竞争局面。

“目前‘AI布’的公共服务平台免费向企业开放，同时，提供智能体私有化部署服务，总成本可以控制在50万元以内，可为企业节省人力，以及实现交货提速带来的订单增长等。”罗玉成说，除了直观的经济成本，“AI布”还对企业数字化转型发展有着隐形助推力，可靠的大模型推荐，可以在企业之间打破数据孤岛，促进企业数据供得出、流得动、用得好，引导行业AI使用从分散、单一向集合、多元转变。

此外，“AI布”为解决行业缺乏统一智能平台和数据底座的问题提供了新思路。它像一个纺织行业的智能大脑，吃透行业中关键知识、流程、语言之后，再开放给企业使用，如此一来，设计单位、生产单位、销售客户等，都能通过“AI布”找到对口服务，行业将走向深度智能化、普惠广阔化。

罗玉成表示，“AI布”的智能化定位，短期内主要体现在降低样品寄送成本，提高找布效率方面；长期来看，将重构供应链模式，推动行业打造C2M柔性供应链。

作为全球规模最大的纺织品集散中心，柯桥也将以“AI布”为核心，打造一个开放、互联、智能的数字化生态系统，使其成为纺织产业数字化发展的枢纽，吸引更多纺织企业、科研机构、行业协会等共同参与其中。

本版编辑 徐 达 美 编 夏 祎