

本期话题:如何推动茶产业高质量发展与全球化突破

洞察茶中之道 解锁产业“通关密码”



福建茶承载着千年的文化与商贸，凝聚着闽商智慧与家乡情怀。它也链接着传统与未来、本土与全球。当前，福建茶产业正处于品牌升级、市场拓展、跨界融合与出海破局的关键阶段，如何破解发展难题、探寻新机遇？近日举办的一场闽商茶业大会，汇聚了多位产业一线、学术前沿及跨界领域的权威代表，他们从品牌、品质、历史等多个维度分享茶产业发展智慧。本期会客厅邀您共同探讨。

本期主持:郭剑平
嘉宾名片:



王贵卿
研究院
联席
院长
创新
研究
院



王文礼
股份
有限
公司
董事
长
八马
茶业



林立强
大学
社会
历史
学院
企
业史
教授
博士
生
导师
福建
师范
大学



泉州茶企打造可视化、智能化、数字化的“智慧茶园+智慧工厂”综合体(受访企业供图)

标准与个性 筑牢茶品质根基

主持人:品质是闽茶立足市场的“根”,如何让品质真正成为企业核心竞争力?

王贵卿:茶的品质并非单一维度的“好”,而是要兼顾标准化与个性化。一方面,要“以工业化的思维来做茶”,建立茶叶种植加工的统一标准,让每一个步骤都符合食品安全规范,借助科技手段实现每一批产品质量稳定且可追溯,同时组织培训提升种植和加工人员的技术水平,这样才能从源头保障消费者权益,筑牢信任根基。另一方面,要以消费者需求为导向,用用户思维革命,让消费者不仅喝到好茶,更能获得好的体验,这才是品质的完整内涵。

王文礼:我始终认为,企业要立足,靠的就是品质,但品质不是工厂

老板觉得好就好,而是满足消费者的需求程度。就像重庆川菜很辣,到了福州就得做微辣或中辣,茶叶品质也得跟着消费者需求走。要实现这一点,离不开两大基石:一是品质好茶,包括好的产品、好的技艺和好的设备。好产品要扎根原产地,比如我们做武夷岩茶就扎根武夷山,只为拿到第一手好原料;小批量生产靠手工,但要做强,必须靠先进设备,我们安溪的第六代生产线拿过中国茶科技大赛特等奖,2023年设备已实现机械化、智能化,未来还要更先进的生产线。二是品质好店,要有好的形象、好的服务和好的体验,比如我们迭代到第八代的门店,用简约设计和鲜活色彩吸引年轻人,甚至成了

相亲场所,就是为了让消费者觉得舒服、愿意停留,打动消费者。

林立强:品质是闽茶的共识,但很多企业陷入了“同质化”困境,大家都喊“品质为王”,却很难说出自己的品质“独特在哪”。这时候,茶叶史就能发挥作用。历史是品质的“实证支撑”,比如传统工艺的传承与优化,本身就是产品故事的一部分,比单纯说“我们的茶好”更有说服力。史学的本质是“特殊性”,茶企业要从历史中提炼自己的“品质基因”,比如有的企业擅长传统烟熏工艺红茶,就可以挖掘“福建红茶最早通过烟熏工艺出口”的历史,让消费者知道这种工艺背后的文化与价值,从而让品质从“通用标准”变成“独家优势”,破解“同质化”竞争。

需求与文化 破局“有品类无品牌”

主持人:品牌与出海是闽茶“走出去”的关键,如何打破“有品类无品牌”的困局,实现全球化突破?

王贵卿:福建有铁观音、大红袍、茉莉花茶等优势品类,但要从“品类优势”变成“品牌优势”,核心是讲好差异化故事。一方面,要结合历史文化与健康环保的要求,用老外能听懂的语言讲中国茶的故事,不能只说历史悠久,要像茶艺表演、品质认证那样,把抽象的文化变成具象的体验。另一方面,要推动茶品牌与时尚、科技领域合作,推出高附加值产品,拓展消费场景,让茶不只是饮品,更是一种生活方式。出海方面,不能走“散装货柜出口,分装后贴品贴”的老路,要强化品质与国际标准对接,利用电商平台、海外展会构建全球营销

网络,同时精准对接海外市场,避免盲目扩张导致饱和。

王文礼:品牌不是喊出来的,而是靠实实在在的成绩和体验做出来的。我们八马茶业能成为多个领域的“第一”,靠的是全渠道布局,不断迭代门店吸引不同群体,实现“哪里有消费者,哪里就有我们的品牌”。而品牌要“走出去”,离不开传承与创新的结合。我们家族从1951年就开始卖“中茶”(指的是中国茶叶股份有限公司)茶叶,改革开放后把茶卖到日本、东南亚,靠的是“中华老字号”的传承底气;现在出海,我们会带着智能化生产线的硬实力,让海外消费者看到闽茶不仅有历史,更有现代化的品质保障。比如我们计划在云南建普洱茶超级生产线,就是为了适配海外市场对优质普洱的需求,用

“老品牌+新产能”打开全球市场。

林立强:很多闽茶企业出海时,只懂“卖产品”,不懂“卖文化”,导致陷入低价竞争。其实,茶叶史是打破文化隔阂的“桥梁”。福建茶走向世界的历史本身就是最好的品牌故事,比如“福建红茶最早通过烟熏工艺出口”“华侨把闽茶带到东南亚”等,这些历史细节能让海外消费者感受到闽茶的“独特性”,而不是把它当成普通的饮品。同时,历史能帮助品牌建立信任感,比如王文礼先生家族的纳税凭证、捐给政府的款项等历史资料,都是品牌“靠谱”的证明,在海外市场比单纯的广告更有说服力。茶企要把历史从“企业展示馆”搬到“品牌传播前线”,用历史赋予品牌“不可复制的魅力”,破解出海文化隔阂。

传承与协同 激活发展“软实力”

主持人:家族传承与行业协同是闽茶发展的“软实力”,如何让传承更有活力、协同更有成效?

王贵卿:家族传承是闽茶的宝贵财富,但不能局限于家族内部“传帮带”,要融入行业协同。比如我们研究院就是把茶叶种植、生产、加工、品牌、销售等领域的专家集中起来,一方面帮助政府制定产业规划,另一方面助力茶企提升水平——不管是家族企业还是新兴企业,都能共享科研成果,参加茶艺师、评茶师等专业培训。传承的核心是“把好经验传下去,把好产品卖出去”,我们要搭建产业交流平台,让老茶人分享工艺传承的心得,让年轻创业者带来市场创

新的思路,形成“老带新、新促老”的格局,最终让茶产业“走出大山”,带动更多人受益。

王文礼:我们家族做茶传到我这是第十三代,从爷爷在福建第一茶场卖茶,到父亲在国营茶场做技术,传承的不只是制茶手艺,更是“把茶做好,让消费者认可”的“工匠精神”。但新时代的传承,不能只守着老手艺,还要传承适应市场的思维。比如爷爷那辈靠诚信卖茶,父亲那辈靠技术做茶,到我这辈就要靠用户思维发展茶,这也是传承的活力所在。同时,我们也愿意把传承经验分享给行业,比如开放生产线让同行参观学习,参与行业标准制定,因为只有整个闽茶行

业强了,单个企业才能走得更远,这也是家族传承对行业协同的责任。

林立强:福建茶企多为家族企业,茶叶史往往就是家族经营史,里面藏着大量“传承智慧”,比如有的家族擅长“工艺传承”,有的擅长“渠道开拓”,有的擅长“品牌维护”。但很多企业没意识到这些历史经验的价值,导致传承“断代”,协同“盲目”。我们正在做“新中国福建国营茶厂职工口述资料研究”,计划把王文礼先生等茶企代表纳入口述访谈,就是为了系统梳理这些传承经验,形成可复制的方法论,让协同不是泛泛而谈,而是基于历史经验的精准赋能,让闽茶的传承更有方向,协同更有成效。

多地宣布上调快递费 业内:利于营造公平有序市场竞争环境

基础上,后续再次上调了0.1元,一共上调了0.2元。对此王明表示,“从市场反馈看,没有快递品牌或者网点不希望上涨费用。”

上调费用给行业带来的正向影响十分明显。王明表示,“涨价后,网点的自我造血能力和生存能力有明显加强。”此外,末端保障也得到了改善。“上调价格的根本目的是提高末端一线工作人员的福利,以及将福利落到实处。”

在他看来,快递价格上涨后,会改善很多问题。“价格越稳定对整个行业越好。价格不稳网点必然也会出现经营不稳定以及经营压力带来的现金流枯竭等问题,甚至导致末端工作者福利无法完全保障。”

本报讯 快递费上调仍在继续。记者从快递公司处了解,除了此前的浙江和广东两地,近期湖北、天津、山东以及辽宁等地陆续宣布上调快递费。以黑龙江为例,9月15日和16日,圆通在内的多个主流快递品牌都发布了公告,称为回归理性良性竞争,自9月20日凌晨起黑龙江地区将结合企业成本对收件价格进行上调,同时库存单需要补差价。

在业内人士看来,上调快递费不仅能缓解亏损压力,对于困扰行业许久的“价格战”也有改善作用。

某快递公司地区负责人王明(化名)对此表示,快递单票费用上调由邮管局牵头,所有的快递品牌一起推动。

据王明了解,广东地区上调快递费较早,单票涨幅也较大,每票上涨约0.4元。除了规定单票涨幅额度外,当地还采取了一系列管控措施,确保快递涨价能够落实到位。

随后,浙江地区跟进。根据实际情况,浙江地区的快递单票费用在上调了0.1元的

情况下,经过价格管控,这些问题都会改善,对整个行业口碑和正向发展有利。”

在王明看来,上调费用势在必行,一是国家邮局多次强调营造公平有序市场竞争环境,业内也有涨价的铺垫。二是上调价格的同时有关方面对有议价权的大客户进行了协调,“是各家一起涨价,并非针对个别客户单独调整,客户最终能够接受。”例如部分电商客户在全国多地都有仓库,部分地区率先调整快递费后客户可能会选择未涨价的地区发货,上调快递费的范围逐步扩大后,这类客户也会回流。

上调价格能否让价格战停止?上述负责人表示,相信会在一定程度和范围内放

缓市场竞争,也需要从业者根据情况进行调节。另一位业内人士对记者表示,行业普涨才能营造公平有序市场竞争环境。

从实际情况看,今年快递业的价格战仍在继续。快递物流专家赵小敏对第一财经记者表示,在快递业务量继续保持良好增速的同时,业内的“量价”倒挂极其明显。尤其是加盟制快递“内卷式”竞争愈演愈烈,产能过剩和低水平运营及网点生存压力越来越大。此外,快递员的保障机制亟待提升,快递员收入和派费标准都处于极其不平衡状态。营造公平有序市场竞争环境的关键在于改变行业竞争逻辑,从“以价换量”转向“以质取胜”。(一财)

世贸组织报告: 人工智能有望 显著推动全球贸易增长

据新华社电 世界贸易组织17日发布《2025世界贸易报告》预测,在正确的政策支持下,到2040年,人工智能的应用有望推动全球贸易增长近40%。

报告显示,到2040年,人工智能有望显著推动全球贸易和国内生产总值(GDP)增长,根据政策与技术进步的差异,全球贸易额在不同情境下预计将提升34%至37%,同时全球GDP将增长12%至13%。

世贸组织总干事伊维拉在报告前言中指出,人工智能在降低贸易成本和提高生产力方面潜力巨大,然而,各经济体获得人工智能技术和参与数字贸易的能力仍然高度不平衡。

报告强调,贸易能够帮助各经济体获取人工智能以及推动人工智能发展所需的投资,促进创新传播,开辟新的发展路径。但要发挥这一潜力,各方必须有意识地采取行动,包括数字经济鸿沟、促进监管的一致性。

报告还指出,针对人工智能相关商品实施的限制措施从2012年的130项激增至2024年的近500项,各方应制定开放且可预测的贸易政策。

报告认为,加强国际合作,特别是加强人工智能与贸易领域的合作,有助于各经济体更广泛地参与推进人工智能发展。世贸组织可以在确保人工智能支持包容性贸易主导的增长方面发挥核心作用。

纳税申报持续优化

企业办税便利度增强

本报讯 税务部门近年来不断推出便利化服务举措,营造法治公平的税收营商环境。世界银行最新营商环境评估结果显示,中国在纳税指标等方面有较大提升。与上次评估相比,中国企业在年度纳税时间压缩了78.2%,企业办税便利度进一步增强。

全国统一的新电子税务局上线运行,实现90%的高频办税业务在3分钟内办结。国家税务总局17日公布的数据显示,今年1—8月,税务部门累计开展税费优惠政策精准推送7361.78万户(人)次、1.78亿条,开展合规性辅导有关内容推送106.84万户次、395.20万条。

国家税务总局介绍,为及时回应涉税诉求,建立了全国纳税服务诉求信息库,全面收集纳税申报诉求。同时,拓展税企常态化沟通渠道,挖掘纳税人降本增效、合规经营、创新发展的潜在需求,针对性开展纳税辅导,高效解决纳税人涉税诉求。今年1—8月,税务部门收集并处理纳税申报相关诉求34.61万件,累计为纳税人提供纳税互动服务6237万次。(中新)

2025世界储能大会在宁德举办,企业代表等齐聚一堂——

共同探讨 储能产业前沿技术

本报讯 2025世界储能大会17日在“中国新能源电池之都”宁德市举办,全球储能领域专家学者、企业代表等齐聚一堂,共同探讨储能产业前沿技术,共商能源发展大计。

开幕式上,大会发布《协同共建零碳创新生态(宁德)共识》成果;18个项目现场签约,计划总投资245.8亿元,项目涵盖新型电池、新型储能系统、新材料、零碳园区等领域。

2024年,福建省锂电池制造业产能超过380吉瓦时(GWh),占中国将近三分之一。福建省委常委、常务副省长王永礼表示,借此次大会召开的契机,福建省将坚持向绿、向新筑好储能产业的链条,紧扣“双碳”目标,深入推进“电动福建”建设。

自2023年以来,世界储能大会已连续三年落地宁德市,以宁德时代新能源科技股份有限公司为龙头引领,近年来宁德市锂电池新能源产业高速发展,已形成覆盖核心材料、电池构件、智能制造装备等三大类配套项目,以及服务型制造等产业延伸新业态的锂电池新能源产业集群。2024年,宁德市锂电池新能源产业规模以上工业企业达70家,产值2508亿元。

本届大会围绕“储能·零碳”两个核心议题,通过举办主旨论坛、精准产业对接、深度定向研讨、创新展览展示、国际水准赛事及实地体验等多元活动,全方位呈现产业发展创新成果与前沿趋势。(中新)

询价启事

我单位现需采购《泉州市爱国主义教育基地》和《海洋文化看泉州数字博物馆》小程序平台算力服务项目,拟通过询价方式采购,欢迎符合条件的供应商于2025年9月22日18:00前到泉州晚报社14楼领取询价通知书并报价。

联系人:蔡女士 22500268

泉州晚报社

2025年9月18日