

产销两旺 势头强劲

安溪秋茶“一降三升”

近日,记者从安溪县农业农村局和安溪县茶业发展中心了解到,2025年安溪秋茶采制工作已基本结束。通过对主产乡镇、茶叶企业、合作社、家庭农场及茶叶收购点等多个层面的调研,今年秋茶总体呈现产量略有下降、品质提升、价格上升、市场热度上升的“一降三升”态势,为当地茶产业发展注入强劲动力。

□融媒体记者
谢伟端 通讯员 陈进火 王珺文/图
(除署名外)



采茶图(吴承接 摄)

产量略降 总产量约2.2万吨

2025年安溪秋茶集中采制上市期为9月27日至10月12日。受海拔高度差异影响,不同乡镇采制上市日期有所不同:虎邱、金谷等海拔较低乡镇9月27日开始采制上市;西坪、感德、湖上等乡镇9月29日启动采制;祥华、龙涓等海拔较高乡镇则于9月30日起开始,形成错峰采制、有序推进的格局。

据统计,今年秋茶总产量约2.2万吨,占全年总产量的35%,与去年相比略有减少。主要原因包

品质提升 天公作美管理赋能

今年安溪铁观音秋茶品质表现优异,茶汤金黄明亮,香气高,滋味醇厚,音韵明,回甘好,呈现出品鉴茶、口粮茶、基底茶(新式茶饮原料茶)的梯次化品质表现,且中高档茶比重显著高于去年。

品质提升得益于多方面举措落地见效:一是采制期间天气较为适宜。9月28日起,安溪天气以晴朗为主,气温、湿度等条件十分适配茶叶采制,有效避免阴雨天气导致的鲜叶变质、香气流失等问题,为高品质茶叶提供有利条件。二是“做好茶”理念深入且措施落实。经过持续宣传培训和市场正向引导,适度提高发酵度、土

近年来,安溪县持续推进品牌兴茶计划,安溪铁观音的知名度、美誉度不断提升,市场持续回暖。在感德、祥华、西坪、湖上、龙涓等主产乡镇,收购茶叶的本外地茶商络绎不绝,茶叶收购市场供需两旺。

市场热度上升 多渠道发力促旺销

安溪茶叶以春、秋两季为主,其中秋茶因品质最优、价格与效益最好,成为广大茶农最重要的经济收入来源。每年秋茶上市,大量外地茶商涌人安溪采购,不仅带动茶叶销售,更推动当地经济社会发展。

今年,安溪秋茶市场热度持续攀升,多渠道共同助力产销两旺:一是传统消费市场逐步回归。随着安溪铁观音



茶事·茶文化旅游活动带动市场,图为游客体验做茶。(王玲玲 摄)

括:一是气候总体稳定但局部影响单产。8月以来,安溪未出现干旱、台风、暴雨等极端恶劣天气,日照、雨水相对充足,茶树长势普遍较好,但部分区域茶树出现抽梢较少的现象,直接导致单产下降;二是适度嫩采标准推行拉低产量。集中采制上市时,茶树多处于中小开面阶段,且今年各生产经营主体普遍实行适度嫩采,虽为品质提升奠定基础,但也使得单产略有下降,进而影响全县秋茶总产量。

在秋茶采制期间,安溪县政府部门实施精准气象服务制。为降低天气对秋茶生产的不利影响,9月16日起,县气象局、农业农村局、茶管委办每日联合发布《茶叶专题气象服务》,指导各生产经营主体根据天气预报制定采制计划;10月1日起,气象预报精确到小时,推动茶叶采制从“看天吃饭”转为“知天而作”,最大限度减轻天气波动对产量的影响。

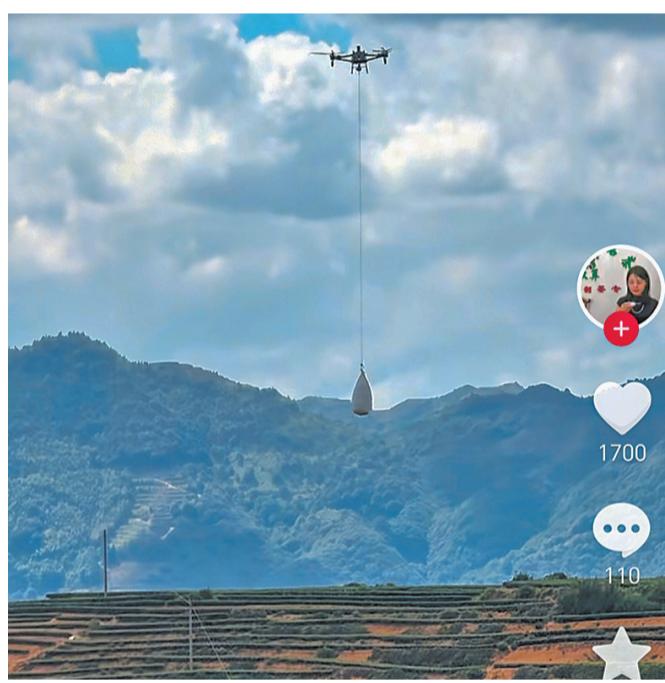
茶艺智能化;祥华双算茶业通过无人机运输茶青,最大程度保持茶青鲜活度,从源头保障品质。四是组织化质量联控更紧密。部分茶叶合作社、家庭农场组建了茶叶采摘、包装等专业化生产服务队伍,大幅提升茶叶加工效率,专业化分工的支撑带动作用明显。如虎邱罗岩合作社、龙涓内灶合作社、西坪德峰合作社、感德正匠馨合作社等新型经营主体,正加速构建分工体系,进一步提升加工效率与质量。此外,今年秋茶全县随机抽检茶样902个,茶叶质量安全水平得到进一步保障。

常消费主力品类,价格保持平稳,满足普通消费者需求;品鉴茶在消费需求回升及各类茶叶赛事加持下,价格上涨20%,且因高品质品鉴茶产量有限,市场出现“抢茶、分茶”的火爆场面,供不应求。

品质持续提升和品牌宣传不断强化,一批曾转向其他茶类的老茶客重新选择铁观音,带动铁观音在传统销区市场回暖。例如,福州地区饮用陈香型铁观音的消费群体逐年增多,泉州地区饮用清香型铁观音的消费群体快速增长。同时,更多茶商及异地茶促会前往产区采购,如石狮茶促会、南安茶促会等在祥华、感德设立收购点,畅通产销对接。二是新式茶饮赛道带来新机遇。新式茶饮消费增长势头强劲,成为茶叶板块中最亮眼的领域。安溪乌龙茶凭借“高香、鲜爽、醇厚”的品质特征,赢得年轻消费者青睐,吸引头部企业争相采购原料。农夫山泉、古茗、康师傅、统一等头部企业在安溪大量采购茶叶,为安溪茶叶市场拓展注入新活力。三是电商高速发展重塑产销模式。近年来,安溪电商尤其是直播电商高速发展,实现生产者与消费者直接对话,促进茶叶市场产销两旺。如李陌茶、小鹿茶叶、柠檬茶仓等通过直播带动高端铁观音销售,其中小鹿茶叶直播的铁观音价格达300—500元/斤,仍保持较高销量,展现出电商渠道的强大潜力。四是县乡茶事活动带动明显。2025安溪铁观音开茶季、“品秋香 安溪斗茶乐翻天”2025泉州茶文旅消费季、八马“世遗泉州、盛世茶叙”、华祥苑“世遗泉州 时尚之都——品世遗之味、赏时尚潮流”等活动,产生积极正向效应。尤其是产茶乡镇的特色活动,如祥华乡“天天赛”、感德镇“一日茶师”等,直接推动产销对接,让优质秋茶快速走向市场。



今年安溪铁观音秋茶品质优异,中高档茶占比显著高于去年。图为消费者闻香品茗。



祥华双算名茶在抖音上发布无人机运输茶青视频



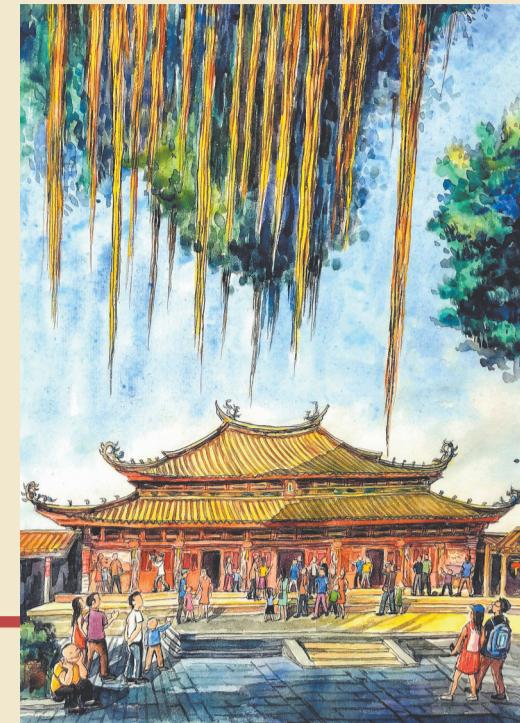
安溪茶企忙着拣茶梗、包装茶叶



今年秋茶市场热度持续攀升,多渠道助力产销两旺,图为茶叶收购现场,茶人们品评茶叶。(安溪融媒 供图)



秋茶上市后,和平百茶忙碌的发货车间。(黄东华 摄)



午后的阳光透过老榕的枝叶,落在青石板上,像古圣贤读书时遗落的几页光。大成殿前游人络绎不绝,千年前的“左学右庙”,如今成了热闹的在地文化研学课堂。泮池波光映着红墙,风掠过浮雕的盘龙,仿佛携着千年的文气。石阶静默,榕影轻晃,秋阳下的古城仍在续写自己的锦绣文章。

(融媒体记者洪志雄/绘 庄建平 蔡绍坤/文)



2025福建品牌价值评价发布 安溪铁观音品牌建设 作经验分享

本报讯 (通讯员章梅霞 融媒体谢伟端)近日,2025福建品牌价值评价信息发布暨推动福建品牌高质量发展活动在南平邵武举行。安溪县委常委、宣传部部长吴振法出席活动,并作安溪铁观音品牌建设经验分享。

品质是品牌的根基。多年来,安溪坚守安全底线,构建县域大生态、茶山小生态、土壤微生态,在全国率先建立农资监管与物流追踪平台,让质量可追溯、安全看得见;严控茶叶品质,每一个生产环节都精益求精,努力让每一杯茶都能看出用心、品到匠心;积极倡导健康理念,安溪铁观音一茶三香,老少皆宜、四季可亲。产业是品牌的支撑。安溪推动茶产业从“一产到三产”,从“一叶到百业”,催生出茶机械、茶包装、茶电商、新茶饮等新业态,构建起较为完整的茶产业生态圈,被中国茶叶流通协会授予“百茶贸易之都”称号。

文化是品牌的灵魂。近年来,安溪深入开展茶史迹调查,推动安溪铁观音及其制作技艺分别入选全球重要农业文化遗产、人类非物质文化遗产,成为茶界“双世遗”;促进茶文旅融合发展,建成41座各具特色的茶庄园,每年吸引游客超百万;开展品牌兴茶计划,到联合国纽约总部、联合国粮农组织罗马总部等地开展茶文化交流,频频亮相“茶叙外交”。创新是品牌的未来。从发明“短穗扦插”技术到开展病虫害物理化防治,从创新“安溪铁观音神州行”营销模式到打造茶业金融结算平台服务模式,从设立百万重奖制茶大师到发射“安溪铁观音一号”“安溪铁观音二号”两颗卫星搭建茶产业大数据平台,创新带领安溪一路走来,也将带领安溪走向未来。

本次活动由福建省品牌建设促进会和福建省企业与企业家联合会共同举办。国际标准化组织品牌评价技术委员会(ISO/TC289)顾问组主席刘平均作主旨分享。现场权威发布193个评价信息,涵盖企业品牌98个、产品品牌12个、自主创新品牌44个、老字号品牌7个和区域品牌32个。活动同步揭晓了第二届福建品牌价值评价百强榜单,并发布《2025年福建品牌价值评价发展报告》。

安溪举办2025年 秋季县级茶王赛

本报讯 (通讯员郭紫燕 融媒体记者谢伟端)为深入贯彻落实“三茶统筹”发展理念,持续激发广大茶农种好茶、做好茶的积极性,培育新一代茶人,推动茶产业高质量发展,日前,安溪县举办2025年秋季安溪铁观音茶王赛。

感官审评现场,空气中弥漫着沁人心脾的茶香。参赛茶样整齐排开,评委专家们对每一泡茶进行严格的品鉴与筛选,他们观其形、闻其香、品其韵,每个环节都一丝不苟。

本届茶王赛共收集到312个参赛茶样,其中清香型126个、浓香型186个。经过初赛、复赛和决赛,最终评选出清香型和浓香型安溪铁观音金奖候选茶样各2个、银奖候选茶样各2个,铜奖候选茶样各3个。感官审评结束后,还将对这些候选茶样进行理化指标检测,并根据检测结果进行科学赋分排序,最终评定获奖名次。

近年来,安溪县始终将安溪铁观音茶王赛作为茶产业发展的重要抓手,不断在赛事规则、审评办法等方面寻求创新突破,并积极推动茶王赛活动成果转化,持续放大品牌效应。这些变革,正是安溪县持续探索茶产业发展新路径的生动实践。