

从“透明直播”到跨界融合,安溪茶营销抢抓旺季机遇——

茶香里的“年味”攻势

核心提示

岁末年初,辞旧迎新之际,正是茶产业抢抓消费旺季、布局来年发展的关键节点。安溪的茶企与茶人们紧扣市场脉搏,以创新为引擎,以品质为根基,密集推出一系列务实举措。从头部企业的数字化转型与跨界探索,到本土合作社的品质坚守与精准营销,再到对消费市场变革的深刻洞察与主动适配,多元力量共同勾勒出安溪茶产业高质量发展的年味图景。

□融媒体记者 谢伟端/文 受访者/供图



数字化直播 圈粉天南海北

年末消费市场升温,借力数字化浪潮升级营销模式,成为安溪头部茶企冲刺市场的重要选择。八马茶业、日春茶业等龙头茶企集中上线“透明工厂”直播系统,通过高清摄像头与物联网传感器的联动,向消费者实时呈现茶园土壤湿度、光照条件等生长环境数据,完整展示茶叶从采摘、萎凋、杀青到揉捻的全生产流程。直播过程中,企业同步公开茶叶农残检测报告、品质分级标准等核心信息,以透明化、可视化的呈现方式,直观回应消费者关切,有效打消市场顾虑。

为增强直播的吸引力与文化感染力,部分茶企在直播中融入文化体验元素,嵌入“宋元海丝茶路”VR体验模块。消费者只需点击链接,就能“云游”古代海上茶路起点、安溪茶叶博物馆等场景,在沉浸式体验中感受安溪铁观音深厚的历史文化底蕴,实现文化价值的同步传递。据安溪县电商协会数据显示,2025年12月期间,安溪茶企线上直播场均观看人数环比提升150%,单场直播转化率最高达28%,较传统直播模式提升210%,数字化营销的精准发力有效拉动了销量增长。

除了直播带货,多家茶企还依托微信公众号、视频号等官方平台,持续发布茶叶冲泡技巧、冬季养生茶知识等科普内容,通过优质内容输出引流,不断夯实私域流量池,为后续销售转化奠定坚实基础。进入2026年1月,新春消费氛

围日渐浓厚,安溪茶产业积极将跨界融合与场景创新作为抢抓节日机遇的重要抓手。龙头茶企华祥苑举办第二届三品会员节·新春团圆茶会(厦门站),联合七匹狼首次发声肖茶新品,通过茶与时尚走秀、会员专属福利等多元形式,强化高端会员黏性,成功实现茶产业与时尚产业的跨界破圈。

在场景营造方面,虎邱镇蓝泊湾景区推出的“围炉烹茶+live乐队+特色小吃”体验项目,精准适配假日家庭消费与年轻群体社交需求,吸引了大量游客参与,有效提升了终端消费频次。安溪文旅集团同步上线“小福马”藤铁工艺打卡活动,用户集齐景区合影即可兑换茶主题文创礼包,联动溪禾山等核心茶文旅场景形成消费闭环。这种“茶+文创+旅游”的融合模式,不仅丰富了游客的体验维度,更带动了茶产品与文创产品的同步销售,实现了文化价值与经济价值的双向转化。



功能性茶饮 让销路宽起来

在岁末年初的市场热潮中,消费需求的迭代升级也清晰显现。年轻群体成为消费中坚力量,推动茶叶市场向健康化、功能化方向转型。这一群体普遍接受高等教育,全国每年超一千万大学生涌人市场,他们秉持科学理性的消费观念,推动茶叶市场向健康化、功能化方向转型。

裕园茶品牌创始人林扬闻分析指出,随着生活品质的不断提升,“穿得舒适、吃得健康”成为普遍诉求,反映在茶叶消费上,年轻人不再迷恋“山头”“大师”等传统标签,而是更关注茶叶的内涵物质与身体的适配性,会根据不同体质、季节、场景选择对应的茶饮,接待客人、运动过后、外出旅游等不同情境下,都有明确的茶饮需求。

市场数据印证了这一变革趋势,大健康产品正以每年80%甚至100%以上的速度高速增长。传

统茶的消费群体趋于稳定,而新增饮茶人群更青睐花果茶、功能保健茶等新型茶饮。这一趋势在国际市场同样显现,美国、欧洲市场中,性温、口感舒适、不易燥热的花茶备受追捧,为功能茶饮的出海奠定了基础。在此背景下,冠突散囊菌(俗称“金花菌”)相关产品成为安溪茶产业探索功能化转型的重要方向。

部分茶企围绕冠突散囊菌的市场应用,勾勒出健康茶产业的发展蓝图。据介绍,冠突散囊菌具有四大核心特性:一是抑制性极强,在电子显微镜下可见其不断裂变、代谢,能吞噬周边杂菌,确保茶叶产品干净、安全,且经两次高温蒸制和安全检测后,无需清洗即可饮用;二是多靶腔功效,已证实对肠胃健康、精神状态调节有益,还能降血脂、降血糖、降血压,将大分子团分解为小分子团,提

升吸收效率;三是耐高温,即便用100℃开水冲泡也不会失活,适合应用于各类热性食品生产;四是耐强酸,能在1.0酸度的环境中存活4小时,可抵御胃液胃酸的侵蚀,无需胶囊包裹即可在肠道发挥作用。

目前,冠突散囊菌的应用潜力正被全面挖掘。在食品领域,可开发饮料、浓缩液、气泡茶、面包、饼干、口香糖等多种产品;功能性食品方面,已推出养脾散、养胃散等产品,相较于传统产品,其见效更快,当天食用即可显现效果;外贸领域则可制成面膜、喷雾、润肤露、生物创可贴等。这种以核心菌株为支撑的功能化探索,不仅契合了当下的消费升级趋势,也为安溪茶产业开辟了新的增长赛道,为产业发展注入新动能。



安溪新式原叶茶饮项目开工

本报讯(融媒体记者谢伟端)近日,安溪县重点项目集中开(竣)工活动顺利举行,其中,新式原叶茶饮消费品牌建设运营项目的正式开工备受关注。作为当地深耕新茶饮赛道、推动茶产业转型升级的重要载体,该项目的落地将进一步激活安溪茶产业发展动能,助力构建现代化产业发展新格局。

据悉,该项目计划总投资3亿元,年度投资1.8亿元,建设内容重点围绕三大板块展开,项目将打造1500平方米茶文化科技体验空间,通过科技赋能让传统茶文化焕发新生,为消费

者带来沉浸式的茶体验;同步建设3个区域仓储冷链中心,夯实供应链基础,保障茶饮原料的新鲜度与品质稳定性;此外,还将开发数字化平台,以数字化手段打通产业各环节,实现运营效率的提升。

从产业布局来看,该项目精准契合安溪茶产业的发展方向,致力于构建集沉浸式体验、标准化供应链、数字化运营于一体的现代茶饮产业生态。这一生态体系的构建,不仅将丰富茶产业的业态形式,更将推动茶产业从单一的原料供应向“文化+体验+消费”的多元模式升

级,从而有效延伸产业链、提升价值链。

作为全国茶产业的标杆区域,安溪近年来立足自身茶产业优势,主动拥抱新茶饮市场变革,走出了一条茶产业创新发展的特色路径。数据显示,2024年安溪县新茶饮原料茶供应量超6万吨,占全国市场份额约20%;茶产业综合产值突破416亿元,品牌价值达1443.07亿元,连续10年蝉联全国茶叶类区域品牌价值榜首。此次新式原叶茶饮项目的开工,正是安溪持续深化三产融合、拓展茶产业增值空间的重要实践。

守品质初心 稳扎稳打拓市场

在头部企业与创新产品引领市场潮流的同时,安溪本土众多合作社秉持初心,以扎实的品质管控和务实的营销举措,在岁末消费市场中稳步前行。安溪县老固茶园专业合作社的生产车间里,工人们有条不紊地进行茶叶的筛选与封装,全力保障年末订单供应。

“我们合作社从2011年成立至今,一直抱着‘固本、固源’的想法,踏踏实实地做茶。”合作社有关负责人陈洪泽表示,合作社集种植、加工、销售于一体,这些年来始终把茶叶品质放在首位,凭借稳定的品质积累了不少回头客,年销量也在逐年稳步提升。临近年关,消费市场对茶叶的需求逐渐攀升,结合

岁末年初的消费特点,合作社重点推广浓香型铁观音。“浓香型铁观音是安溪铁观音里很有代表性的品类,经过传统工艺制作,口感醇厚,香气也足,不管是自己日常饮用,还是走亲访友当作伴手礼,都很合适。”陈洪泽说。

针对不同的消费场景,合作社此次主推的浓香型铁观音涵盖两个主要品类。陈洪泽介绍,一款定位偏高端,茶叶的香气和口感更醇厚,适合追求高品质茶饮的消费者,或是用作礼品赠送;另一款则追求性价比,更偏向日常办公饮用。

为了回馈老客户并拓展新客群,合作社推出了相关优惠活动,市场反馈良好。据介

绍,在推广渠道上,合作社延续了踏实稳健的风格,除了依托线下门店和长期合作的经销商,还通过微信等线上渠道与老顾客保持沟通,及时告知近期的推广活动和茶叶相关信息。

陈洪泽坦言:“我们不太擅长花哨的宣传,还是希望靠茶叶的品质说话。”正是这份对品质的坚守,让本土合作社在多元化的市场格局中站稳了脚跟,也为安溪茶产业发展增添了一份厚重的底色。



安溪铁观音成都品鉴会举办

本报讯(通讯员李小吟 融媒记者谢伟端)近日,“双遗茶韵·蓉城香约”2025安溪铁观音(双世遗)成都品鉴会暨安溪四川茶业发展促进会第三届理事会就职典礼在四川成都举办。

活动中,与会领导嘉宾共同为安溪四川茶业发展促进会揭牌,并为第三届理事会成员举行了授牌仪式。据悉,该促进会自成立以来,始终秉持“团结、服务、引领、发展”的宗旨,积极发挥桥梁纽带作用,为深化安溪与四川两地的茶产业交流合作、市场拓展、品牌建设与文化融合发挥了重要作用。

现场还举行了安溪铁观音品鉴

交流活动。茶香四溢的氛围中,众多爱茶人士纷纷沉浸在安溪铁观音的兰花香韵与醇厚回甘之中,感受其作为“双世遗”的文化底蕴与品质魅力。

据了解,此次品鉴会由安溪县茶业发展促进会主办,安溪四川茶业发展促进会承办。主办方表示,活动的成功举办,旨在进一步增进四川当地茶人及消费者对安溪铁观音茶文化的认知,提升品牌的市场影响力与信赖度。

活动期间,还举办了安溪四川茶促会与成都安溪商会联谊晚会,在温馨热烈的氛围中,进一步凝聚了在川乡贤与茶人的乡情,促进彼此间的情感联结与协作发展。