

广东省推进茶叶高质量发展工作座谈会举行——

把脉茶产业 让广东好茶香飘全国走向世界

2026年是“十五五”开局之年,做好“三农”工作至关重要。2月9日,省委农村工作会议在广州召开,总结广东“三农”工作推进情况,研究部署下一步工作。会议为迈向新征程的广东“三农”工作指明了方向,广东各地迅速行动起来。

2月10日下午,一场集齐政府主管部门、产区负责人、企业负责人的“头脑风暴”在广东省农业农村厅召开,这场广东省推进茶叶高质量发展工作座谈会(下称“座谈会”),第一时间贯彻落实省委农村工作会议精神,为广东茶产业把脉,大家铆足了劲做好茶叶的“土特产”文章,探索广东茶“品质+品牌+文化”的发展模式,推动广东茶产业高质量发展,要让广东好茶走出岭南、香飘全国、走向世界。

■羊城晚报记者 许悦 徐振天



■清远英德市黄花镇的茶文化酒店。

新快报记者 王飞/摄

广东“三农”工作迈向新征程

在广东,种茶历史绵延千年,工夫茶、早茶、广式奶茶、休闲饮茶,都是岭南民俗,是刻进广东人骨子里的文化基因。

在广东“三农”工作迈向新征程的关键点,广东茶为何成了第一个被赋能的产业?

记者从座谈会上了解到,资源禀赋和产业基础,让广东茶具备了腾飞的能力。

据省委农办常务副主任、省农业农村厅党组副书记黎明介绍,近年来全省上下扎实推进茶产业发展,茶叶产业规模稳步壮大。2025年,广东全省茶园面积176.59万亩,干毛茶产量20.35万吨,较2020年分别提升了50.55%、58.73%。

茶叶种植规模超过10万亩的梅州、潮州、清远、河源、揭阳、惠州、韶关等7个主产地市,茶园面积合计占全省八成以上。培育了英德红茶、潮州单丛、客家炒绿、紫金蝉茶、新会柑茶、韶关白茶、象窝禅茶等知名茶叶产品。

近年来,紫金蝉茶以“虫酿蜜香”独特风味突围,新会柑普茶以茶枝柑果与黑茶的融合出圈,还有仁化白毛茶(白茶)、广东大叶青(黄茶)等填补国内部分茶类细分市场空白。

这背后,是广东花大力气推进种业创新,产品创新持续突破。通过强化茶树良种培育与保护,累计育成国家登记茶树品种5个,获国家农业植物新品

种权25个。构建了产学研协同育种体系,主要茶类均形成专业化供种企业梯队,为产业优质化发展提供坚实的种源支撑。

在产业标准化水平持续提升的带动下,广东茶产业主体不断壮大。在全国率先发布了《广东生态茶园建设规范》省级地方标准,累计认定广东生态茶园230个,辐射带动生态种植面积超30万亩。累计建设茶叶相关省级以上现代农业产业园22个、农业产业强镇7个。培育茶叶相关省级以上农业龙头企业89家,其中国家级农业龙头企业1家。培育重点农民专业合作社和家庭农场115家,产业组织化程度稳步提高。

把脉广东茶如何闯出广东特色路子

虽然广东茶早已成为岭南文化与岭南农业的亮点名片,但客观来讲,广东茶的区域公用品牌影响力、市场竞争力,与其产业规模、资源禀赋还不相匹配。

广东茶产业仍面临多而不精、杂而不强、大而不优的痛点,虽然主体数量庞大,但规模化、标准化、品牌化水平还不够高,具备全国影响力的龙头企业与标杆品牌仍然偏少。大量优质好茶“藏在深闺人未识”“产于深山少人知”,即便是口碑很好的凤凰单丛、英德红茶,在省内外家喻户晓,但在全国的知名度,还是略逊于西湖龙井、大红袍、碧螺春等经典茶叶,和近年来异军突起的云南普洱等相比,也还有差距。

这种大背景下,广东贯彻落实省委农村工作会议精神,以广东茶探路“三农”工作增创新优势、实现新突破的新路径,以支持广东现代化建设增创新优势、实现新突破。

会上大家既分享了从种植到流通、

从传统到创新的实战经验,也提出了破解产业痛点、难点的务实见解。

筑牢品质根基,种出放心好茶成为了大家的共识。

品质是产业的生命线,没有好品质,再好的品牌只能是空中楼阁。广东金丰号农业发展有限公司总经理、省人大代表、河源市茶叶协会会长张建中分享了紫金蝉茶近年来的进阶之路。

据张建中介绍,紫金蝉茶产自河源市紫金县,依托小绿叶蝉叮咬的独特自然禀赋,形成了独有的花果蜜韵,是岭南茶系中独具一格的珍品。“我们一方面严格遵循蝉茶产业有关标准,全域推广生态种植技术,确保产品品质稳定可控。另一方面,通过‘企业+基地+农户’模式,统一为农户提供种植技术指导、统一收购鲜叶、统一加工销售,优先聘用本地村民,户均年增收12000元以上。”

畅通营销渠道,全面打响广东茶品牌,成为了下一步工作的发力点。

深圳市茶文化促进会创会会长、深圳市华巨臣国际会展集团有限公司董事长杨文标在发言中就表示:省政府工作报告中明确将“发展壮大凤凰单丛、英德红茶、客家炒绿等茶产业”列为2026年度重点任务。我认为应该立足国家统筹发展茶文化、茶产业和茶科技“三茶统筹”战略,以实现“百亿龙头、千亿产业”为目标蓝图,实施“粤茶振兴”计划。

他建议集中打造广东茶叶区域公用品牌,拓展全球市场;启动“百亿龙头培育”计划,设立“潜力型”和“冲刺型”企业库,首批遴选成长性优、创新力强的100家企业进行重点跟踪与扶持;实施人才与创新双轮驱动,夯实产业根基。

特别是近期在全国轰轰烈烈推进的“广货行天下”系列活动,带动农产品在上海、北京、东北等地销售火爆,让一众茶叶人也急切想要搭上“广货行天下”的快车。

满足“情绪价值”的新茶饮正在发力

一茶兴百业,新茶饮成了广东茶增创新优势、实现新突破的发力点。

作为新茶饮的发源地和核心集聚区,广东已培育了一批全国领先的头部企业,有喜茶、奈雪的茶、丘大叔柠檬茶等终端品牌。本土品牌深度绑定广东特色茶资源,喜茶与英红九号、凤凰单丛合力打造的奶茶爆品日均销量突破80万杯,丘大叔柠檬茶打造的鸭屎香柠檬单丛半年销量超1.2亿杯。

在座谈会中,多位“茶老大”都提到了企业主动发力新茶饮的探索。

在凤凰单丛茶队伍,据广东天池茶业股份有限公司董事长柯泽龙介绍:“近年来凤凰单丛茶迎来了发展黄金期,天池茶业锚定差异化定位,塑造品牌核心价值。我们以‘有好茶的地方就有好朋友’为品牌内核,结合消费分层需求构建了三级产品体系,开发冷萃茶、果味拼配茶等年轻化产品,适配新茶饮、便捷消费场景。”

英德红茶随之出列,据广东英九庄园绿色产业发展有限公司董事长易振华介绍,企业近年来发力探索茶旅融合产业路径。通过“茶+”到“+茶”,打造从喝茶到吃茶、用茶的茶文商旅的产业闭环。英九庄园、红旗茶厂围绕英红九号开发的精酿啤酒、奶茶、蛋卷、蝴蝶酥、红茶冰润糖等“茶+”产品,非常受年轻人的喜爱。庄园茶咖、红旗茶局、红旗书院、红旗冰室等消费新场景成为茶时尚消费热点和网红打卡地,2025年红旗茶厂和英九庄园入园游客已达到100万人次,快速带动第一、二产业的发展。

当下主流的消费需求是满足“情绪价值”,谁能满足不同消费者的情绪价值,谁就能获得市场竞争的主动权。

刘杰建议,茶作为我们生活中重要的食材或生活元素,我们是否可以探索更多的“茶+”元素:“茶+奶”成为奶茶,是朋友圈畅销的“秋天的第一杯奶茶”;“茶+咖啡”成为茶咖,丰富了年轻人“日咖夜酒”的生活;“茶+水果蔬菜”,成为水果茶,是新中式茶饮爆款产品,代表中国走向世界的潮流饮品,带动了全国性区域性水果蔬菜产业的蓬勃兴起。我们广东有特色的红茶、绿茶及乌龙茶,有良好的经济基础及消费场景,我们茶产业链的相关企业,可以携手探索更多的“茶+餐”“茶+饮”“茶+食品”“茶+护肤品”“茶+文创”等,创造更多茶与生活融合的产品,满足不同消费者情绪价值,为农业产业发展注入新动能新活力。

■清远连山禾洞镇的茶山。

新快报记者 王飞/摄