



客商品茗雷山银球茶



茶艺师冲泡绿茶

## 干净黔茶 全球共享

□ 白小萍

为深入践行“干净黔茶·全球共享”品牌战略,按照“拓展省外市场、提升品牌影响力、促进产销对接”的要求,贵州省绿茶品牌发展促进会、贵州省茶文化研究会联合组织实施贵州绿茶“两红三绿一抹”省外目标市场推广项目。

从千年贡茶都匀毛尖的非遗技艺,到意向订单超6800万元的北京茶博会战绩;从西安茶博会的黔茶韵味,到深圳茶博会的创新展示,贵州绿茶展团以“两红三绿一抹”为核心矩阵,开启了一场横跨北京、西安、济南、深圳的“四城茶旅”。

在这场以“干净黔茶·全球共享”为主题的征程中,科技茶、文化茶、生态茶的多维魅力,正让贵州绿茶从地理标志转型为消费符号。

6月1日,西安国际会展中心茶香四溢。在第十九届西安国际茶博会贵州展区,西安市民杨女士携家人驻足品尝贵州绿茶,她轻啜一口毛尖茶,说道:“这口茶香,是刻在记忆里的家乡味道。”这位贵州籍女士的感叹引来周围客商共鸣。展位前品茶的客户排起长队,客商们俯身拿起不同类型的贵州绿茶,询问声与扫码支付提示音此起彼伏。三天后,这场盛宴落下帷幕,百余张意向订单进入贵州的高山云雾茶园。

这只是贵州绿茶全国行的“冰山一角”。2025年5月以来,贵州省茶文化研究会、贵州省绿茶品牌发展促进会携“两红三绿一抹”茶品矩阵,以北京为起点,经西安、济南至深圳,开启了一场贯穿中国南北的茶业“破圈”行动。从人头攒动的贵州绿茶展馆,到独特的贵州冲泡方法,一杯贵州绿茶的旅程,正从中国茶业的疆域版图,逐渐迈向全球市场。

### 展会告捷:高额意向订单“秘籍”

“贵州茶既有辨识度又有故事性。”李先生的赞叹突显了贵州绿茶展团的制胜之道。

5月26日,2025北京国际茶业展落下帷幕。贵州绿茶展团交出了一份可观成绩单:累计接待客商超20000人次,斩获意向订单百余份,现场意向订单金额突破6800万元。

德国茶商Mark在贵茶展台前反复品鉴抹茶后,说道:“这是本届博览会上独特的茶!”他手中的铜仁抹茶带着贵州高山的云雾气息,将远渡重洋。

御泰盛和展区的花果茶香气成为年轻人的“味觉诱饵”。玫瑰红茶、陈皮普洱等创新产品适配办公室、露营等多元场景。天津渠道商王女士当场采购数十箱:“这类产品复购率高,完美匹配都市快节奏需求。”企业更与国内头部新茶饮品牌达成原料供应协议,传统茶业成功打入新式茶饮赛道。

“以前大家不知道我们的茶叶好,展会便是树立品牌的关键平台。”贵州绿茶·梵净山茶北京运营中心主任田仁兵感慨。2013年铜仁市政府在北京设立运营中心,至今已帮助36家茶企打开北方市场。

高额意向订单的斩获,不仅记录着黔茶出山的新突破,更承载着全球市场对“干净茶、科技茶、文化茶”的品质认同。



现场洽谈



客商品茶



雷山银球茶展示

### 产品出圈:贵州干净茶的“硬核科技”

“花香如勃艮第红酒,这该成为我们的高端接待茶!”西安茶博会上,中航西飞采购负责人品鉴紫芽红茶“雷山红梅”后当场拍板。他手中的茶汤泛着光泽,原料来自雷公山海拔1500米的野生紫芽茶树,这份稀缺性让该产品被预订一空。

硬核生态科技成为黔茶征服市场的钥匙,雷山银球茶独特的省级非遗制作技艺与贵州生态基因融合,引起众多专业买家的注意。在雷山银球茶展台,贵州雷山云尖茶业实业有限公司销售部经理吴兴强揭秘银球茶的“非遗密码”:“茶青需经7道揉捻定型,利用茶叶胶质自然黏合,全程零添加。”这颗直径20毫米的翠绿小球,入水后如海藻般舒展起舞,释放出比普通绿茶高30%的茶氨酸。“我们的茶叶收获了5家意向经销商。”吴兴强说道。

新茶饮赛道的创新同样醒目。贵州茶路产业有限公司展台前,西安罐装饮料供应商握着白茶冷泡液的检测报告说道:“茶多酚保留率较高,且花香明显,适配性远超行业标准!”1吨采购意向当场达成,双方计划联合开发“汉唐冰酿”系列茶饮。而抹茶玉露、抹茶生椰等贵茶创新类产品,更受年轻客群喜爱,直呼“可以实现抹茶自由”。

### 品牌破局:让“流量”变“增量”

黔茶北上南下的底气,源自贵州高原的生态宝藏。贵州茶园面积稳定在700万亩以上,居全国前列,2024年茶产业综合产值已达960余亿元。

面对市场,贵州茶产业仍面临品牌认知度的挑战。在济南茶博会现场,贵州正德茶业有限责任公司董事长龚子焯考察山东市场后坦言:“贵州绿茶在这边认知度较低。”

贵州省绿茶品牌发展促进会山东分会会长顾世桥指出:“我们常听见贵州原料、贵州制造,但较少听到贵州绿茶品牌。”

十年前,山东市场上基本看不到贵州绿茶的身影。如今,通过持续推介,已有接近200家贵州绿茶门店扎根山东市场。

龙头企业正在探索破局之道。贵州铜仁贵茶茶业股份有限公司山东大区市场总经理钟加伟分享品牌经验:“看到大家使用的是欧标抹茶,便放心了。”该集团已与瑞幸、星巴克、农夫山泉、伊利等多家企业合作,产品出口到德国、美国、新加坡等十几个国家和地区。

在济南茶博会上,贵州绿茶全国行展馆从品牌故事到形象识别,从产品设计到包装细节,每个元素都精心设计,彰显着贵州绿茶的独特魅力。

“茶产业拼的不仅是产量,也是品牌溢价能力。”贵州省绿茶品牌发展促进会秘书长徐嘉民说道。

### 产销推介:开辟黔茶新通路

作为第五届世界绿茶大会的重头戏,深圳茶博会汇聚全国20多个政府展团、1000余家海内外优质展商,展品数量超过10万件。

贵州绿茶展馆位于福田会展中心的展区内,贵州铜仁抹茶生椰等新式茶饮与传统贵州茶相映成趣,吸引着年轻茶客的目光。

贵州省绿茶品牌发展促进会、贵州省茶文化研究会携省内5家茶企组成贵州绿茶代表团,以“干净黔茶 全球共享”为主题,开展了一场高效务实的全产业链推介行动,实现从田间到茶杯的精准链接。

“贵州绿茶”品牌推介专场,贵州代表团首次以产业集群形式系统化亮相。大屏幕上,云雾缭绕的生态茶园、现代化清洁生产线、严苛的欧盟标准质检画面交替闪现,清晰勾勒出一条“高山云雾孕好茶—全程可控制好茶—国际标准保好茶”的品质链路。

精准推介转化为市场动能。据初步统计,展会期间贵州绿茶展团现场意向订单超6500万元。值得关注的是,多家茶企与深圳连锁渠道、相关企业、客商等达成深度合作意向,为“黔茶出山”开辟新通路。这场以品质为基、精准为要的推介行动,正推动黔茶香飘四方。

今年5月以来的北京、西安、济南、深圳茶博会,是贵州绿茶的一次亮相。从经典产品到创新茶,从嘉宾的高度认可到可观的经济效益,贵州绿茶用实力证明自己的魅力。正如茶博会上那句布依族歌谣所唱:“一片叶,千双手,万缕香”,当科技赋能、文化铸魂、市场导航三者共振,这杯“干净茶”的全球共享之路,在逐渐铺就。