

咸宁社科智库

研究报告

2025 年第 6 期（总第 308 期）

咸宁市社会科学界联合会

湖北省社会科学院咸宁分院

2025 年 5 月 6 日

三茶统筹促进赤壁青砖茶产业高质量发展 调研报告

湖北科技学院社科课题组

摘 要：茶产业作为我国具有较强国际竞争力的特色优势产业，在支撑茶区经济、满足健康消费、服务乡村振兴等方面具有重要作用。据统计，早在 2022 年全国茶叶种植面积就已超过 5000 万亩，产量超过 300 万吨，全产业链产值近 3500 亿元。习近平总书记站在弘扬中华优秀传统文化、提升产业发展水平、促进乡村振兴的高度，提出了茶文化、茶产业、茶科技“三茶”统筹的理念，为我国新时代茶产业高质量发展提供了战略指引。

三茶统筹促进赤壁青砖茶产业高质量发展 调研报告

一、赤壁青砖茶文化

咸宁市是万里茶道的源头，是我国边销茶重要产区。咸宁市的青砖茶历史悠久，源远流长。早在隋唐，赤壁就有茶叶种植和加工的记载。宋代景德年间，赤壁茶叶开始与蒙古地区茶马互市。300年前，赤壁青砖茶就开启了中俄万里茶道之旅。追溯其历史脉络，可以看到从饼茶——帽盒茶——砖茶的演变过程。

（一）青砖茶的历史沿革

饼茶：据史料记载，最早在宋代景德年间就有文字记载，至今已有上千年的历史。河北《万全县志》记载，宋朝景德年中叶（1006年左右），官府以两湖饼茶与蒙古进行茶马交易，并以张家口为蒙汉“互市之所”。

帽盒茶：明永乐年间（1403-1424年），羊楼洞茶区出产的茶叶为了降低运费、减少损耗和便于长途运输，改变了宋代以来用米浆将茶叶粘合成饼状的办法。采用先将茶叶拣筛干净，再蒸汽加热，然后用脚踩制成圆柱形状的“帽盒茶”。

砖茶：清中后期，随着制茶技术的改进，羊楼洞的砖茶生产日趋成熟。嘉庆二十年（1815年）蒲圻贡生周顺倜也在他所

作的《莼川竹枝词》中以诗词的方式介绍了赤壁羊楼洞制作砖茶的细节：“茶乡生计即山农，压作方砖白纸封。别有红笺书小字，西商监制自芙蓉。”可见至少在嘉庆年间就有成型的砖茶出现。

值得注意的是，赤壁青砖茶存在生产与消费的空间错位现象，即生产的地方不消费，消费的地方不生产。这种空间错位，由此形成了赤壁青砖茶历史的“砖茶之路”：蒙古道、新疆道、青海道。主要节点见表 1。

表 1 赤壁青砖茶历史的“砖茶之路”

名称	砖茶产区	行销路线和主要节点	主要营销产品
蒙古道	主产地湖北、湖南，以湖北蒲圻羊楼洞为代表	汉口集中，走水路运至襄樊，转唐河北上到达河南社旗换骡马走旱路，驮过平顶山经洛阳，渡黄河进入山西的晋城、长治、祁县、太原，到达大同。再经张家口，并在此换成骆驼进入草原和戈壁，经蒙古赛音山达，抵达蒙古乌兰巴托，换成牛车，再走 150 公里到达中俄边境口岸恰克图，全长 3000 公里。此条线路关节点：汉口——山西——恰克图。	青砖、米砖、茯砖，以喜爱米砖为特色
新疆道	主产地湖南、湖北、四川，以安化、益阳等地为代表	湖南湖北茶沿汉水走水路至襄樊，经南阳、商洛、西安，经西兰大道在兰州集中；四川茶从成都出发经松潘、甘南、河州到达兰州；部分湖南茶在陕西泾阳加工后运往兰州。所有南路来茶在兰州聚集、批发后，经河西走廊，一直销往新疆。此路东段为历史上“茶马互市”的主要区域。此条线路关节点：湖南、成都——兰州——新疆。	青砖、茯砖
青海道（岷山道）	主产地湖南、湖北、四川，以安化、益阳等地为代表	基本同西域道。至兰州积散后，西进青海，经西宁、湟源（丹噶尔）销往青海藏区和柴达木地区。此路东段为历史上“茶马互市”的主要区域。此条线路关节点：湖南、成都——兰州——青海。	以推崇茯砖为特色

（二）赤壁青砖茶在历史上的政治经济文化价值

1. 起到了“以茶治边”，巩固国防的作用

如宋朝时，宋朝北方的辽、金，西北的西夏、回纥，西南的吐蕃、大理等政权，先后与宋并立。当时宋朝严重缺乏战马。辽和西夏不但严禁他们统治区的马匹流入宋境，而且在战场上掠夺北宋的战马，以削弱它的战斗力。王韶给神宗上奏曰：“西人颇以善马至边，其所嗜唯茶，而乏茶与之为市”（《宋史·职官志》）。《宋会要辑稿》提到茶马贸易的作用：阻止了吐蕃和西夏的联盟，说服了吐蕃、回鹘同宋联合抗夏。阻止了西北少数民族对宋朝边境的战争发动，所以茶马贸易对安疆固边起到非常重要的作用。宋代实行茶马交易及榷茶（茶叶国家专卖）之制，鄂南产茶更盛。《宋史·地理志》载：“岳鄂（今鄂南地区）处江湖之都会，全邵屯兵，以扼蛮獠，大率有材木、茗诧（诧即茶）之饶”。随之国家定“榷茶之制，择要会之地”，将鄂南定为榷茶之地，年定上交国库榷茶 247 万斤。

2. 促进了集镇的发展

茶马互市还带动了一些多民族混居型城镇的兴起。例如，四川康定原称“打箭炉”，最初只是一个拥有十来户人家的小村庄，随着茶马互市的兴起，逐渐发展成为“番汉咸集”的贸易重镇——大名鼎鼎的康定县。砖茶的贸易也带动了内地城镇的发展，典型的例子如赤壁羊楼洞古镇。到 19 世纪 70 至 80 年代羊楼洞茶业鼎盛期，先后有俄、英等外商和晋商、粤商及本

省商人来此投资经营茶庄，茶庄多达两百家，还有商人们争先恐后来到此地办工厂、制利市、设银行、开酒店、兴洋行，镇上人口超过4万，使得这弹丸之地的古镇，一时繁华似锦，人流如潮，日日生意兴隆，夜夜灯火辉煌，其繁华已超过蒲圻县城，有“小汉口”之称。

3. 架起了民族文化交融的桥梁

砖茶在内地与边疆之间的贸易也促进了文化的交流互鉴，格萨尔史诗里就充满了对茶马交易和汉藏友谊的颂赞：“汉地的货物运到博（Bod，藏族对藏区的自称），是我们这里不产这些东西吗？不是的，不过是要把藏汉两地人民的心连在一起罢了。”

“洛阳家家学胡乐”以及“万里羌人尽汉歌”，是中原文化与边疆少数民族之间的文化交流互鉴的生动写照。随着茶马互市的发展，出现了大量充当翻译的“通事”“牙人”。不少汉族人口迁居民族地区，少数民族人口也不断迁往中原地区，多民族交错杂居，进一步促进了语言互通，汉族通晓少数民族语言、少数民族懂得汉语的情况十分常见，进一步促进了民族交流，各民族通婚成为一种常态。由此逐渐形成了情相近心相通，各民族多元一体的格局。2020年疫情期间，3万块赤壁青砖茶作为湖北省政府礼物回赠蒙古国，被誉为“羊来茶往”佳话。

（三）赤壁青砖茶文化在当代的保护传承

多年来，赤壁市深挖青砖茶的历史文化价值。目前赤壁市的涉青砖茶的文化资源主要有：世界非物质文化遗产1个（赵

李桥砖茶制作技艺）、线性文化遗产 1 处（“万里茶道”）、中国重要农业文化遗产 1 处（湖北赤壁羊楼洞砖茶文化系统）；中国历史文化名村 1 个（赤壁市赵李桥镇羊楼洞村）、省级重点文物保护单位 1 处（羊楼洞）；中华老字号 1 个（“赵李桥”字号，注册“川”商标）；湖北老字号 6 个（羊楼洞茶业股份有限公司的“羊楼洞”；湖北省赵李桥茶厂有限责任公司的“火车头牌”、“牌坊”、“聚兴顺”；湖北省洞庄茶业有限公司的“洞庄”；赤壁市羊楼洞茶场的“松峰”）。赤壁青砖茶品牌多次亮相央视和主流媒体，文化传播力显著增强。

二、赤壁青砖茶科技

（一）赤壁市青砖茶科技创新现状

1. 茶树种质资源创新利用

种质资源收集与筛选。赤壁市重视茶树种质资源的保护和利用，建成了赤壁青砖茶种质资源保护品种示范园。该示范园引进了来自全国各地的 131 个优良品种，包括中茶、鄂茶、福鼎等系列，成为全国栽培品种较多的示范园之一。通过对这些品种的观察、筛选和研究，选育出适合赤壁青砖茶品质提升的优良品种进行推广种植，为产业发展奠定种质基础。

低氟品种引进与种植。为了降低青砖茶中的氟含量，赤壁市积极推进品种改良，引进优质低氟品种，如“中茶 108”、“鄂茶 1 号”等。通过依据低氟青砖茶栽培技术规程进行标准化种植，已成功改造了近 2 万亩的低产低效茶园，实现了鲜叶产量

的大幅提升，每亩茶园增产青砖茶原料鲜叶超过 200 斤。同时，所有茶园都实施了绿色防控措施，从源头上保障毛茶原料和鲜叶原料达到欧盟标准。

2. 茶树栽培技术应用

病虫害绿色防控技术。赤壁市积极推广应用茶园绿色防控技术，以减少化学农药的使用。采取生态调控、生物防治、物理防治和科学用药等环境友好型技术措施控制病虫害，包括利用害虫天敌进行生物防治（如释放捕食螨防治茶螨类害虫），采用物理防治方法（如安装杀虫灯、色板诱杀等诱捕害虫），以及使用生物农药或植物源农药进行防治。通过这些措施，力求茶叶产品的农残符合欧盟标准。

绿色生产集成技术。赤壁市全面推广茶园绿色生产集成技术，目前绿色防控面积已达 2.15 万亩，覆盖率达到 41%。通过应用茶园病虫害绿色防控、有机肥替代、茶园生态优化、茶叶农机农艺融合等先进适用技术，构建茶园绿色生态系统。此外，还完成了 1.9 万亩低产茶园改造，通过改良土壤、树型、品种，以及实施绿色生产、构建绿色屏障、提升基础设施等措施，打造生态茶园，实现茶叶生产的可持续发展。

3. 茶园智能化数字化发展

物联网远程监测与精准调控。赤壁市在茶园中安装了高精度传感器、气象监测站、土壤墒情检测仪等设备，对茶园的温度、湿度、气压、土壤湿度等关键环境参数进行精准监测，为

科学管理提供数据支撑，实现了水肥管理的精准化。

智能化生产线建设与改造。在政策的支持和引导下，赤壁市茶企积极投身于技术改造和产业升级，实现规模化、标准化和科技化的转型。2024 年，新建 15 个标准化车间和 18 条清洁化智能化生产线，新增加工机械 88 台（套），并特别建立了 1 条黑茶智能化加工生产线。这些措施使得平均能耗降低了 15% 以上，自动化、数字化、智能化装备的应用率提高了 20%。同时，全市 162 家茶企参与了自动化、数字化、智能化改造，新建和改造了包括洞庄公司、思庄公司等在内的 7 个初制加工生产车间和 18 条清洁化智能化生产线，以及 1 套集成无尘自动化复制加工设备，进一步提升了茶企的平均装备应用率和生产效率。

4. 茶叶深加工科技创新

新型清洁化发酵和陈化技术。赤壁市与华中农业大学、湖北省农科院等高校和科研机构合作，开展前瞻性、实用性和基础性研究，旨在破解制约青砖茶产业发展的技术性难题。其中，华农黄友谊教授团队开展的“青砖茶新型清洁化发酵和陈化技术”试验取得了重大突破，将传统的发酵陈化时间由 3 年缩短为 3 个月，大幅降低了原料仓储成本，相当于每吨茶可降低 1.2 万元的成本（三年仓储成本约 2 万元）。青砖茶茶功能性技术开发研究。赤壁市与上海交通大学特聘教授魏新林合作开展国家重点研发计划重点专项项目“茶叶智能化加工及茶制品应用关键技术研究示范”。该项目对赤壁青砖茶的降血脂降尿酸

功能活性展开研究，在青砖茶风味形成机制、风味化学、核心功能菌分析、青砖茶功效研究及产品研发等多个关键领域取得了重要进展。项目团队成功申请专利 9 项、发表 SCI 论文 9 篇，为赤壁青砖茶在茶制品、药品、保健品领域的应用及多元化产品开发提供了科学依据。

三、赤壁青砖茶产业

赤壁市是全国最大的青砖茶产区，也是万里茶道的源头之一，素有“中国青砖茶之都”的美誉。赤壁市青砖茶产量约占全国总产量的 70% 以上，是赤壁市经济发展的重要支柱。据统计，赤壁市青砖茶产业直接带动了约 10 万茶农就业，茶叶收入占当地农民人均可支配收入的 30% 以上，为当地的乡村振兴提供了有力支撑。赤壁青砖茶产业的综合效益显著，不仅体现在茶叶种植和生产环节，更延伸到加工、包装、物流、文化旅游等多个领域，形成了完整的产业链条，2023 年赤壁市青砖茶产业全产业链综合产值突破 185 亿元，占当地 GDP 的比重超过 20%，赤壁市青砖茶产业是名副其实的特色产业和支柱产业。

（一）赤壁青砖茶产业的发展现状

赤壁市围绕产业链优化布局，加快推进茶园绿色生产与精深加工，提升全产业链协同效应。截至 2024 年底，赤壁市现有茶园面积 16.5 万亩，砖茶产量 6.88 万吨，全产业链产值 172.5 亿元。全市茶叶精深加工企业 42 家，其中国家级龙头企业 1 家，省级龙头企业 6 家，年产值 30 亿元的企业 1 家，年产值过亿元

企业 3 家。从业人员 3.5 万人，带动 5000 多户茶农增收致富。推动加工产业升级。开发“品赤壁青砖·游最美茶乡”茶旅线路，茶旅融合接待游客 75 万人次，旅游创收 6 亿元。

赤壁市依托产学研合作，持续加大科技投入，推动科技成果在茶产业中的转化应用。成立赤壁青砖茶研究院，与华中农业大学、湖北省农科院等机构合作，研发“青砖茶清洁化发酵技术”，发酵时间从 3 年缩短至 3 个月，仓储成本降低 60%。新建无尘自动化生产线，平均能耗降低 15%，产品残次率降低 62%。打造智慧生产示范基地，引入智能化设备，推动产业整体技术水平提升。与上海交通大学合作开展国家重点研发计划重点专项项目“茶叶智能化加工及茶制品应用关键技术研究示范”攻关，对赤壁青砖茶的降血脂降尿酸功能活性展开研究。

赤壁市通过品牌塑造和市场开拓“双轮驱动”，提升赤壁青砖茶的市场占有率和品牌影响力。品牌价值达 48.26 亿元，全国排名第 18 位，湖北省排名第一。赤壁市荣登“胡润国茶百亿县”榜单，位列全国第四；获评“2024 年度黑茶重点产区”，位列全国重点产茶县域第六名；进入第二批《中欧地理标志保护与合作协议》保护名录，获得“欧盟通行证”。

（二）赤壁青砖茶“三茶统筹”存在的主要问题

1. 茶产业方面的主要问题

（1）品牌宣传有待加强

知名度与影响力不足。“赤壁青砖茶”作为区域公用品牌的全国知名度不高，在省外市场的拓展难以取得显著突破。赤壁市仅对城区进行全覆盖宣传，而在武汉、咸宁等省内重要城市及全国范围内，尚未形成规模化、多渠道的品牌推广。除农业农村厅支持在央视等平台宣传外，其余省级以上城市广告投放几乎空白，品牌影响力较为局限。

（2）产业链条延伸不足

精深加工率较低。赤壁市大部分茶企仍停留在初级加工阶段，精深加工企业仅有1家，整体精深加工率较低，产业附加值有限。茶产品的开发形式单一，高附加值的茶饮料、功能性茶产品开发不足，无法满足多元化消费需求。

产业规模化和集群化不强。虽然全市茶企数量达114家，但企业规模普遍偏小，缺乏具有行业引领能力的头部企业，龙头企业带动作用有待进一步强化。企业间协同效应不强，抱团发展的意识薄弱。

（3）茶叶品质有待提升

标准化生产意识不足。部分茶企在原料加工中缺乏标准化生产意识，产品质量良莠不齐，影响了整体市场竞争力。目前虽有多类质量标准，但在执行和监管上存在差距，未形成统一、权威的生产与质量管理体系。

（4）市场营销乏力

营销团队和人才缺乏。除少数龙头企业有较为专业的营销

队伍外，大多数茶企在线上线下推广方面缺乏专业化团队和运营能力。

传统市场萎缩。赤壁青砖茶在北方传统边销市场的销售量显著下降，例如赵李桥茶厂川字牌砖茶内蒙古年销量从高峰期的 1 万吨降至 3000 吨。

新兴市场开拓缓慢。南方经济发达地区市场占有率较低，与安化黑茶相比，产品市场定位和营销手段明显落后，价格优势不足，品牌认同感不高。赤壁青砖茶的国际市场拓展显得动力不足。目前出口形式单一，每年仅依托中欧班列实现一次出口运输。

2. 茶文化方面的主要问题

（1）文化遗产保护和传承缺乏顶层设计

缺乏系统性规划。与安化黑茶已成为“双世遗”相比，赤壁青砖茶的文化遗产保护尚未形成系统性和长远规划。虽然赵李桥茶厂砖茶制作技艺已入选联合国教科文组织非遗名录，但文化挖掘、传承与保护方面的政策支持细则和资金保障不足，资源整合能力有限，影响保护效果。

部门协作机制不健全。文化遗产保护涉及多个部门，但部门间缺乏紧密协作和资源共享机制，难以形成文化遗产保护与利用的强大合力。

（2）历史文化传播力度不足

叙事深度不够。青砖茶在“一带一路”贸易中的历史作用、

促进民族交往交融的文化价值未得到充分展示，其作为贡茶的历史地位未被广泛宣传。

传播形式单一。传播主要依赖于文字和文献，缺乏现代化、互动性强的传播手段。文创产品开发不足，缺少将茶文化融入影视、短视频、游戏等形式的创新传播。

（3）文化与产业融合路径不清晰

文化符号不具象。青砖茶文化在促进民族交融方面的价值停留在理论层面，缺乏具体生动的表现形式，文化符号具象化不足，无法与现代消费者产生情感共鸣。

融合路径模糊。在实现茶文化、茶产业、茶旅游深度融合方面，缺乏系统性的落地路径，导致文化对产业的拉动作用不足，融合发展成效有限。

3. 茶科技方面的主要问题

（1）科技成果转化效率低

技术推广滞后。虽然与华中农业大学、上海交大等高校开展了一些科技合作，但科研成果推广应用速度较慢，先进技术未能迅速转化为生产力。例如清洁化发酵和陈化技术尚未广泛应用于企业生产中。创新能力不足。高端智能化生产设备的普及率较低，低产茶园改造进展缓慢，制约了茶叶品质和产能的进一步提升。产品外观、内在功效与市场需求的结合深度不够。赤壁青砖茶仍以传统风味为主，针对现代消费者需求的品质创新不足，例如茶叶风味改良、健康功能性开发等。

（2）科技资源和人才匮乏

合作机制不健全。赤壁市在引进高校、科研院所的科技资源和专家人才方面缺乏长效机制，科技创新体系尚不完善。

产业数字化程度低。在茶叶种植和加工的数字化、智能化方面与行业领先地位存在明显差距，科技对产业发展的推动作用不够显著。

四、他山之石：省外黑茶三茶统筹经验及启示

砖茶因其外形似砖而得名，在我国的产地主要分布在四川、贵州、湖南、湖北、云南等省。在我国古代茶马贸易中，砖茶是内蒙古、西藏、甘肃、青海、宁夏、新疆等少数民族地区人民群众的生活必需品。下表展示了各省砖茶的主要生产地、消费地及品种分布情况（表2）。

表2 我国砖茶生产和消费分布格局

生产省份	主要产地	主要消费地	品种
四川	四川雅安、荣经、天全、名山、芦山和邛崃、洪雅	西藏、青海、四川甘孜和阿坝州、甘肃、宁夏、新疆	康砖、金尖
贵州	黔西南地区		黔金砖
湖南	湖南安化，湖南益阳	新疆、青海、甘肃、宁夏、内蒙古、西藏	茯砖、黑砖、花砖
湖北	湖北赤壁赵李桥（羊楼洞） 咸宁桂花镇、宜昌	内蒙古、新疆	茯砖、青砖、米砖
云南	云南下关	云南、西藏	康砖、沱茶

为了更好地借鉴省外先进地区以茶促融的先进经验及其做法，本项目选择湖南安化砖茶、四川雅安砖茶作为对比分析。

（一）赤壁青砖茶与其它黑茶在三茶统筹方面的差距

本研究从品牌影响力、产业规模、市场规模等方面对赤壁青砖茶、安化黑茶、雅安黑茶进行对比分析。

1. 品牌影响力

2024 年中国茶叶区域公用品牌价值评估结果揭晓，三种茶的品牌价值及其排位情况如下：

赤壁青砖茶：公用品牌价值达 48.26 亿元，居湖北省第 1 位，也是湖北省唯一进入全国前 20 名的茶叶品牌，位列全国第 18 位。赤壁青砖茶入选国家现代农业全产业链标准化示范基地，荣获“青砖茶原产地”、“2023 三茶统筹融合发展县域”等称号，被评为 2023 年“湖北精品”、“一带一路”十周年茶产业典型案例，获评“2023 中国茶叶区域公用品牌·品牌文化力十强”，居全省第 1 位。此外，赤壁青砖茶成功入选《中欧地理标志保护与合作协议》保护名录，获得“欧盟通行证”。

安化黑茶：品牌价值达到 52.80 亿元，位列全国第 11 位，较 2023 年增加 3.83 亿元，增幅为 7.82%。安化黑茶以“中华老字号”品牌闻名，其“安化千两茶”制作技艺被列入国家级非物质文化遗产名录。安化县通过持续的品牌宣传和市场推广，在全国范围内已建立强大的品牌认知和消费市场，其品牌影响力在国内外持续扩大。

雅安藏茶：品牌价值为 33.38 亿元，较 2023 年增加 3.69 亿元，增幅达 12.43%，全国排名第 48 位。雅安作为藏茶的发源

地，依托“万里茶马古道”文化背景，成功打造了具有独特区域特色的品牌形象。“雅安藏茶加工技艺”被列入四川省非物质文化遗产名录，进一步强化了其文化影响力。

综合对比：赤壁青砖茶在品牌价值上接近安化黑茶，并显著高于雅安藏茶。尤其是在文化传承和国际荣誉方面，赤壁青砖茶获得了“欧盟通行证”及教科文组织非遗认可等重要国际认证，展现了其强大的文化内涵和国际影响力。然而，安化黑茶在品牌溢价能力和市场认知度方面表现更为突出，其成熟的市场营销体系使其品牌更具竞争力。相比之下，赤壁青砖茶仍需进一步完善品牌推广策略，扩大国内外市场覆盖范围，以更充分发挥其文化与品牌价值的双重优势。

2. 产业规模

赤壁青砖茶：茶园面积为 16.5 万亩。年产量为 6.88 万吨。产值为 67.8 亿元。全产业链产值为 171 亿元。茶企数量 162 家，其中国家级龙头企业 1 家，省级龙头企业 6 家。在全国大中城市累计设立专卖店 500 余家

安化黑茶：茶园面积为 36 万亩。年加工量：8.4 万吨。综合产值：252 亿元。茶企数量：210 家，其中规模以上茶企 75 家，高新技术茶企 22 家，省级龙头企业 7 家，国家级龙头企业 1 家。全国共有安化黑茶专卖店 5000 多家。

雅安黑茶：茶园面积为 100.55 万亩。年产量为 11.92 万吨。综合产值为 240 亿元。茶企数量有 59 家市级及以上重点龙头企

业，其中国家级 1 家，省级 26 家。线上购买比例占 10%，线下专卖店销售占 30%。

从上述数据可以看出，赤壁青砖茶的茶园面积和年产量低于安化黑茶和雅安黑茶，尤其是茶园面积明显较小。从综合产值而言，赤壁青砖茶全产业链产值为 171 亿元，低于安化黑茶的 252 亿元和雅安黑茶的 240 亿元。从茶企数量和龙头企业而言，赤壁拥有 162 家茶企，其中国家级龙头企业 1 家，省级 6 家，规模上与安化和雅安存在差距。安化黑茶和雅安黑茶的龙头企业数量更多，带动作用更强。从销售网络而言，赤壁青砖茶在全国大中城市设有 500 多家专卖店，但明显少于安化黑茶的 5000 多家专卖店。

3. 市场规模

赤壁青砖茶：2024 年上半年产量为 3.86 万吨，生产产值为 22.4 亿元，同比增长 4.5%。新增茶叶经营主体 5 家。

安化黑茶：2023 年茶叶加工量 8.4 万吨。电商销售额 2022 年达到 2.8 亿元。市场覆盖到全国范围，线上线下相结合。

雅安黑茶：2023 年干毛茶产量为 11.92 万吨。市场渠道线上购买比例 10%，线下专卖店销售 30%。

从上述数据可以看出，赤壁青砖茶在 2024 年上半年实现了产量和产值的增长，新增了 5 家茶叶经营主体，显示出一定的增长势头。从市场渠道而言，赤壁青砖茶的市场主要依赖于专卖店，线上销售渠道有待进一步拓展。相比之下，安化黑茶和雅安黑茶在电商和线上销售方面发展较为成熟，市场覆盖更广。

表 3 三种黑茶在品牌、市场规模等方面的对比

指标	赤壁青砖茶	安化黑茶	雅安黑茶（雅安藏茶）
品牌价值	品牌价值 48.26 亿元，全国第 18 位，湖北省第 1 位；	品牌价值 52.80 亿元，全国第 11 位	品牌价值 33.38 亿元，全国第 48 位
非遗传承	入选《中欧地理标志保护与合作协议》保护名录，“欧盟通行证”	“安化千两茶”列入国家级非遗名录	“雅安藏茶加工技艺”列入四川省非遗名录
社会认可	被评为“2023 中国茶叶区域公用品牌·品牌文化力十强”	品牌认知度高；持续品牌推广，国内外影响力大	依托“万里茶马古道”文化，强化区域特色
茶园面积	16.5 万亩	36 万亩	100.55 万亩
年产量	6.88 万吨	8.4 万吨	11.92 万吨
综合产值	171 亿元（全产业链）	252 亿元（综合产值）	240 亿元（综合产值）
茶企数量	162 家茶企，其中国家级 1 家，省级 6 家	210 家茶企，其中规模以上 75 家，高新技术企业 22 家	59 家市级及以上重点龙头企业，国家级 1 家，省级 26 家
专卖店数量	500 余家。主要依赖专卖店，线上销售渠道待拓展	5000 余家。市场覆盖全国，线上线下结合成熟	线上销售 10%，线下专卖店销售 30%。
市场规模	2024 年上半年产量 3.86 万吨，生产产值 22.4 亿元，同比增长 4.5%	茶叶加工量 8.4 万吨，电商销售额 2.8 亿元（2022 年）	干毛茶产量 11.92 万吨，市场渠道线上线下结合。
百度搜索指数	484	1450	337
淘宝网	搜索结果数量：约 1,500 件商品。 主要品牌：赵李桥、羊楼洞等。 价格范围：每 500 克价格从 50 元至 300 元不等。 销量：部分商品月销量在 100 件以上，但整体销量相对较低	搜索结果数量：约 10,000 件商品。 主要品牌：白沙溪、中茶、怡清源等。 价格范围：每 500 克价格从 80 元至 500 元不等。 销量：多款商品月销量超过 1,000 件，部分热销商品月销量超过 10,000 件。	搜索结果数量：约 2,000 件商品。 主要品牌：雅安茶厂、藏茶坊等。 价格范围：每 500 克价格从 60 元至 400 元不等。 销量：部分商品月销量在 200 件以上，但整体销量不及安化黑茶。

注：百度搜索指数是最近 30 天（2024 年 12 月 14 日至 2025 年 1 月 12 日）的搜索指数。淘宝网搜索时间为 2025 年 1 月 13 日。

（二）省外黑茶的实践经验

1. 茶文化方面

（1）加强宣传力度，提高品牌文化影响力

安化黑茶：通过举办黑茶文化节、广告宣传、名人代言等方式，不断提升品牌知名度和美誉度。建立黑茶博物馆，出版相关书籍，组织拍摄影视作品，弘扬安化黑茶文化。

雅安黑茶：坚持“文化兴茶”战略，深入挖掘茶文化，编纂茶文化著作，举办茶文化节、茶博会等活动，强化茶文化的传承与推广。

（2）茶文化赋能，深化民族交流

安化黑茶：通过文化挖掘和传承。深入挖掘黑茶文化和梅山文化的历史内涵，将安化黑茶的传统制作技艺列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产名录。通过品牌建设，举办安化黑茶文化节，提升品牌影响力，吸引各地茶商和游客，促进不同地区和民族的文化交流。通过茶旅融合，开发黑茶文化旅游线路，建设茶文化景区，提供研学旅行，吸引各民族游客前来体验，增进彼此了解。

雅安黑茶：深入挖掘蒙顶山茶文化的精髓，传承和弘扬茶文化。编纂了《雅安藏茶志》、《中国茶全书·雅安卷》、《中国茶全书·蒙顶山茶卷》，出版了《蒙顶山茶诗书法作品集》。明确了茶祖文化、贡茶文化、禅茶文化、茶马文化、茶技文化五大核心价值，推出了一系列茶文化研究成果，包括《蒙顶山

茶文化口述史》《蒙山茶事茗情》《蒙顶山茶当代史况》等 24 部专著，并在国家级、省级期刊发表茶叶相关文章超过 5000 篇，极大地提升了雅茶文化的国内外影响力。

2. 茶产业方面

（1）培育壮大龙头企业，加大招商引资，增强产业带动力。

安化黑茶：通过政府扶持，培育了华莱等多个国家级、省级龙头企业，形成了强大的产业集群效应。除此之外加大招商引资力度，建设云台崖茶旅文化产业园项目、四保贡茶非遗展示车间。

雅安黑茶：引进和扶持大型茶叶加工企业，鼓励“公司+农户”模式，提高产业化水平和市场竞争力。

（2）拓展市场渠道，线上线下相结合

安化黑茶：建立全国性的销售网络，积极利用电商平台、直播带货等线上渠道，拓展市场覆盖面。

雅安黑茶：线上线下结合，设立直销店和专卖店，利用网络平台推广，扩大市场份额。

（3）茶产业发展，助力民族融合

安化黑茶：通过产业融合，实施“茶旅文体康”融合发展战略，推动茶产业与文化、旅游、康养等产业融合，带动地方经济发展。建设了茶乡花海生态文化体验园、中国黑茶博物馆等一批茶文化景区。举办“蒙顶山茶文化旅游节”等活动。通过打造黑茶文化实景演出、茶主题民宿等，吸引了大量游客，

促进了茶产业与旅游业的融合发展。

雅安黑茶：通过龙头企业培育，扶持大型茶企，鼓励“公司+农户”模式，提升产业竞争力，带动各族群众共同致富。茶文旅融合，《天下茶道》等大型文化演艺项目，生动演绎了黑茶文化的深厚底蕴与独特魅力。通过组织《中国茶歌会》等活动，推动茶文化与旅游的深度结合，带动了茶产业与旅游业的共同发展。

3. 茶科技方面

安化黑茶：通过科技赋能，利用 5G、云计算、大数据等技术，实现全产业链的标准化和质量可追溯，提升产品质量。通过健康研究，出版《安化黑茶品质化学与健康密码》，揭示黑茶的健康功效，满足不同民族的健康需求。通过人才培养，引进高层次人才，成立研究院和全国首家安化黑茶学校。

开发便捷化、功能化、时尚化、高档化的新产品。形态创新产品如轻压茯砖茶，颗粒茶、袋泡茶等；功能创新产品如桑香茯砖、糖适茯等；精深加工产品如速溶茶、茶浓缩液、茶膏、黑茶饮料等；衍生创新产品如茶果加工化妆品油、黑茶牙膏、黑茶面膜、黑茶枕头、黑茶糕点小吃、黑茶酒、茶食品等。注重科技创新，进行了传统产品的药理性、功能性基础研究，例如，开发茯砖茶中的“金花”（冠突散囊菌），含有对人体有益的多种活性成分和微量元素。

雅安黑茶：开发功能性和深加工产品，如茶色糖深加工产

品、金花藏茶精华粉等，开发茶褐素、茶多糖、有机酸、膳食纤维和粗纤维等多种活性成分的保健功能，提升产品附加值。雅安黑茶开发的产品类型相当丰富，包括紧压藏茶、散藏茶、袋泡藏茶、藏花茶以及具有收藏价值和装饰性的藏茶等六大系列，涵盖 100 多种产品。

（三）对赤壁青砖茶的启示

省外黑茶在三茶统筹方面的经验做法，对赤壁市有以下启示：

1. 加强茶文化的挖掘与传播

赤壁青砖茶应深入挖掘其历史文化内涵，积极利用非物质文化遗产项目和茶文化资源，开展丰富的文化活动，如茶文化节、博物馆展览等，提升品牌文化的影响力。

借鉴安化黑茶和雅安黑茶的做法，通过举办文化节庆、编纂茶文化著作等方式，强化茶文化的传承与传播，推动文化与产业的深度融合。

2. 推动产业规模化与市场拓展

通过支持和引导龙头企业的成长，鼓励企业做大做强，形成产业集群效应，提升产业整体竞争力。

积极拓展线上销售渠道，利用电商平台、直播带货等手段，提升市场覆盖范围，特别是在南方和国际市场的推广方面要进一步加大力度。

3. 促进民族融合与地方经济发展

通过茶产业与旅游、文化等产业的融合，推动“茶旅文体育”一体化发展，带动地方经济增长。借鉴安化黑茶和雅安黑茶的经验，推动茶产业与民族文化交流的结合，促进不同民族间的交流与融合。

4. 加强科技创新与产品多样化

增强产品的科技含量，采用现代化技术如大数据、物联网等手段，实现茶产业的数字化和标准化管理，提高产品质量和生产效率。

加大对茶产品研发的投入，开发更符合现代消费者需求的新产品，如功能性茶、健康茶饮料等，满足市场对多样化和高附加值产品的需求。

5. 提升品牌影响力和市场认知度

赤壁青砖茶应进一步加强品牌建设和宣传推广，结合现代市场营销方式，如社交媒体、国际认证等手段，提升品牌溢价能力和市场认知度，尤其要在国际市场上加强推广。

课题组组长：郝汉舟

课题组成员：徐新创、姚艳、沈玉惠、刘彦文、汤民

分送：市委常委、副市长，市人大、市政协领导
