
“互联网+”及美丽乡村背景下的 茶叶经济发展探究 ——以西湖龙井为例

黄成彦¹

（浙江海洋大学，浙江 舟山 316022）

【摘要】 西湖龙井经过长久发展已经形成相对成熟的产业链，但在新时代互联网发展下已经不满足以茶为本的乡村经济的发展。种质资源、炒制技艺的外传，机械制茶的兴起，电商、直播等新销售模式的泛滥等，使得传统西湖龙井茶种植业、加工业生存空间变窄，茶叶价格在不同渠道下差距甚大。随着共同富裕的提出，乡村发展是关键。茶文旅“三产融合”的新型业态给茶产区发展提供了出路，并且茶产业“三能”问题成为普遍存在的瓶颈。以西湖龙井茶产业为例，深入分析茶叶经济的发展，且提出相应对策，给不同地区的乡村提供发展参考。

【关键词】 西湖龙井 互联网+ 茶产业 茶文旅融合

【中图分类号】 F592.7 **【文献标识码】** A

茶业是民生经济。当今中国，茶产业已成为极富活力和潜质的绿色产业，它一头连着国家乡村振兴和推进共同富裕发展战略，一头连着人民群众美好生活的殷殷期盼。同样占据国计民生的农业主导产业地位。

目前我国已成为当今世界茶园面积最大、茶叶产量最多的国家。但存在出口量长期徘徊不前、绿茶出口 单价偏低，人均消费量还不高等问题，产能相对过剩、功能开发不全、效能不高等“三能”问题成为中国茶产业发展的瓶颈、通病。如何消化过剩产能、跨界开发、增强功能做足品牌、提升效能成为中国茶产业亟需解决的议事日程。

在中国特色社会主义新时代、“美丽乡村”概念的背景下，茶产业发展也要有新发展理念，贯彻习近平总书记关于茶文化、茶产业、茶科技统筹发展重要指示，以茶文化引领、茶科技驱动、茶文旅融合发展，利用好“互联网+”推进茶产业转型升级，满足人们对美好生活的向往。本文以西湖龙井茶产业为研究对象，探讨杭州西湖龙井的发展。

1 茶产业现状

1.1 西湖区茶产业概况

西湖区总面积 312.43 km²，城乡皆有，平原山水相依，是杭州面积最大的主城区。优美的生态环境，独特的资源禀赋和深厚的人文内涵，滋养孕育了以西湖龙井茶为代表的具有地方标志意义的特产。西湖龙井茶闻于元、扬于明盛于清，以色绿、香郁、

作者简介：黄成彦（1996—），男，浙江杭州人，硕士研究生，研究方向：西湖龙井茶叶经济发展。

味甘、形美“四绝”闻名天下，被誉为世界“绿茶皇后”，其采摘、制作技艺已于2008年被列入国家级非物质文化遗产名录并加以保护。“西湖龙井”是国家地理标志证明商标、驰名商标。现有茶农户数9 000多户、茶叶企业140多家、茶叶专业合作社7家，茶叶专业批发市场2家、杭州市人民政府授权的西湖龙井茶专卖店37家（覆盖全国各大城市）。2020年，采摘茶园面积为1 533 hm²，总产量545 t，一产产值1.8亿元。

1.2 种植业管理

西湖区目前有茶园1 733 hm²，虽较其他浙江内的茶县有差距，但西湖龙井的品牌效应、社会经济价值以及历史文化底蕴都是无可估量的。因此对西湖龙井产区的保护和发展一直是西湖区农业生产的首要任务。2018年，《杭州市西湖区人民政府办公室关于印发西湖区现代农业发展及美丽田园建设扶持政策的通知》出台后，引申出“美丽茶园”概念，开展了全区域防治无人机植保飞防、有机肥补贴（财政承担50%）等一系列普惠政策，让茶园生态化、数字化。奠定了茶产业高质量发展的基础，促进茶农增收致富^[1]。

其次陆续建立了西湖龙井茶群体种质资源保护区。西湖龙井的茶树品种主要有龙井43、龙井长叶、龙井群体种等。龙井群体种是龙井茶传统的茶树品种，西湖龙井从明清到现在一直享誉世界，可以说那时候的品种就是这个群体种^[2]。目前西湖产区群体种茶园一般树龄都较老，也称之为“老茶树”。而龙井43是中国农业科学院茶叶研究所从龙井群体种中通过系统选育出来的无性系国家级品种，属于特早生种，同等条件下要比老茶树早一周以上。龙井43育芽能力特别强，发芽齐整、密度大，芽叶短壮少毛；在生长习性上，其冬季抗低温性强。总体来说，成茶外形上要比龙井群体种好看一些，更加齐整、均匀，“颜值”比较高。缺点是抗旱性较弱，持嫩性稍差，尤其易受“倒春寒”的危害，从而与老茶树品种口味相差甚远。在2010年杭州市政府出台群体种保护区前，当地茶农由于短期经济收益而毁掉老茶蓬现象十分严重，那之后若不干预西湖龙井无法保持自身独特性，无法与其他茶产区保持竞争优势，从而远离长远致富之路。鉴于此，市、区农业主管部门出台相关政策，首先就是由杭州市政府统一发布“龙井43”的开采和群体种开采时间。其次就是设立发展西湖龙井茶种资源保护区，现今有“狮、龙、云、虎、梅”五大一级产区。西湖区则先后确定了“龙门岭、里埠山、小桐坞、九曲岭、青山龙”五个西湖龙井茶群体种种质资源保护区，共计77 hm²，并实行普惠政策，带动西湖茶叶品质、品牌、美誉度的提升。

最后西湖区完成了龙井茶地1:500测绘、建立地理信息系统。完成了全区茶地地籍测绘、茶地权属核查、茶农的数据调查及数据建库等。详细的茶园定位、茶树品种、树龄、土壤等信息构建了西湖龙井大数据，为整个产业数字化奠定了坚实的基础。从此为产地防伪、品牌保护等各项工作有了依据。

1.3 品牌

1.3.1 品牌保护

首先，2011年6月28日，国家商标局批准“西湖龙井”为地理标志证明商标。实行“西湖龙井”地理标志证明商标保护，增加了西湖龙井专属商标保护，

为在流通领域切实有效地保护“西湖龙井”品牌提供了法律武器。自此西湖龙井有了自己特殊的知识产权，西湖龙井茶产业协会推出“七个一”的保护与提升措施。并通过政府、茶村、茶企、茶农共同管理品牌的合力，不断巩固了西湖龙井在中国及世界范围内的绿茶龙头地位。

其次，西湖龙井茶茶农用防伪标识发放工作从2001年开始实行，这是一种基于总量控制的原产地追溯管理方式，根据茶农户茶地面积、亩均产出水平等核定茶农标数量，进行可追溯数据关联后发放给茶农（每枚250 g），茶农用这个标识可以证明自产自销的西湖龙井茶为正宗。本地加工企业收购西湖龙井毛茶时，要同时从茶农这里获得等量茶农标用于到质量技术监督

部门换取地理标志产品标识。之后政府对西湖龙井茶农产地防伪标识查询系统进行了技术、设备更新，利用互联网可直接查询防伪系统。其年发放标识 150 万枚，在全国开设了专卖店 23 家，并进行规范化管理及监督。这些政策及措施加大了对群体种质资源的保护，维护了品牌权益，有效防止市场假冒伪劣产品的出现，有利于茶叶经济的发展进而打造属于每个具有特色的“美丽乡村”。

1.3.2 品牌宣传

近年通过茶博会，西湖龙井不断提升了品牌知名度，并通过茶博会的形式探索了“茶文旅融合”的道路，有利于茶产业发展。

1.4 茶产业营销

在茶企、茶村、个体农业户、专业合作社等形式下，其经营模式随着时代发展而产生明显的变化。在 1984 年以前为执行派购政策到了市场开放后转而从生产性向生产经营性转变，着重发展销售业务。90 年代后，茶企从经营茶叶转向发展“茶业”，并利用加入 WTO 的机遇，建立起国际茶叶贸易。2008 年电商行业蓬勃发展，企业利用互联网发展窗口，转而开通“线上”销售方式^[3]。但是如今单一利用互联网工具结合传统茶叶已经不能满足茶产业发展需求。要最大化提升茶农的经济收益，就要调整好营销结构，发挥出本地资源的优势，打造线下线上相结合方式发展多元化的茶叶经济。

2 茶产业问题

2.1 产能不足和相对过剩并重

西湖龙井茶单产不高、产能过剩的背后是产大于销，广种薄收、养多于采。西湖龙井茶园面积仅有 1 533 hm²，年产量仅约 550 t，分别占杭州茶园面积的 4.1%、产量的 2.8%，占浙江茶园的 0.77%、产量的 0.3%。其综合产值约达 4 亿元。以龙门坎村一茶户为例，其年单产为 25 kg/0.06 hm²，根据采摘嫩度和时期可分为特级和 1~4 级。每年头茶（明前茶），农户可卖至每千克 3 600~4 000 元，但因为缺乏稳定的销售渠道，大多数农户通过茶叶转售优质茶源，而经过精加工后的特级龙井可卖至 6 000~12 000 元/kg（干毛茶为机制茶的另当别论）。而消费者对于自身消费需求承担不起高昂的售价而放弃购置西湖龙井，从而减少了一批有消费意愿却无消费能力的群体。其他产大于销的农户只能将手上优质茶叶低价出售甚至以成本价寻求买家，甚至堆积滞销的局面。即使是明后的三产春茶，仅 600~1 000 元/kg 的西湖龙井也因无销售平台而滞销，大多数利润都被茶企和经销商占有。其次西湖龙井品牌的推广远没有其他知名茶种有影响力，进而缺失许多潜在客户群体，造成了相对过剩的局面。

2.2 缺乏茶功能性开发

目前，西湖龙井茶产区基本以纯农业为主，缺乏科技创新，茶衍生品、文创等领域发展滞后。而茶叶不仅具有食品属性，还有工业、医药等附加价值。从区县横向比较来看，余杭、临安以持续发展抹茶加工业、桐庐发展碾茶业、建德发展超微粉体茶、抹茶加工业（年耗茶 180 t，实现年产值 800 万元），淳安发展茶爽片（年耗茶 70 t，可实现产值 1 500 万元）。茶叶还可作为装饰品、速溶茶原料、食品添加剂、保健品等商品，西湖龙井茶产业区还存在很多空白阶段。不仅如此，最新研究表明茶梗废弃物在碱性介质中可以提取出大量的有效成分。将其用于蚕丝及棉织物染色，可以赋予织物良好的抗菌、抗氧化及紫外防护功能。并首次发现了茶梗提取物在蚕丝上具有一定的阻燃功效。近年茶楼茶馆发展有起色但依旧无法很好地融入到“茶文旅融合”发展的道路中，主要以打造线下销售模式而开设，无法带动旅游业的发展^[4]。

2.3 综合效能不高

据统计数据，西湖龙井茶业的劳动生产力投入产出方面，一产三产堪忧，二产良好。西湖茶产业年综合产值约 4 亿元，其中一产约 1.8 亿元，二产 1 亿元，三产约 1.2 亿元。劳动力总人数在一、二、三产业中分别占比 61%、10%、29%。并且西湖区茶产业总人均产值（除风景名胜区分）相当于杭州均值的 188%，一二三产人均产值相当于其 212%、146%、57%。从人均产值比例方面，可见西湖茶产区一、二产效能可观，三产效能偏低，其广度深度的茶绿色现代服务力潜能很大^[5]。西湖区近年因互联网平台崛起二产行业蓬勃发展，其加工产品经过互联网而取得了不错的收益。但是对于第三产业而言，依旧缺乏活力，线下虽然在“茶文旅融合”战略下茶馆等服务业不断发展，但依旧没有取得优异的成绩，其根源主要还是在于宣传策略方面。

2.4 品牌建设不足，缺乏专业营销人才

品牌建设是提升产品竞争力和市场占有率的关键，包括 4 个阶段：品牌定位、形象塑造、品牌推广、品牌评价。西湖龙井相比于国内排名前 3 的云南普洱、信阳毛尖、洞庭山碧螺春，其知名度和影响力存在一定差距^[6]。其主要原因有两点。一方面西湖龙井品牌保护措施虽逐步落实但先前恶劣的负面影响力未完全消除。2011 年西湖龙井茶产业协会出台《“西湖龙井”地理标志证明商标使用申请办法》《统一“西湖龙井”标识包装》等管理办法，但因其维权大多仅能以民事诉讼解决为主因此打假行动较为迟缓，至今其案件已达千件。在一定程度上维护了品牌权益但负面影响面之广，程度之深。2020 年《西湖龙井茶产地证明标识管理办法》下发，采用数字化管理，统筹全环节可溯源监管，进一步保护和发展的品牌权益。因此需要通过不断加大宣传力度，扩大积极影响，消除消费者的顾虑。另一方面，在“互联网+”背景下，需要大量的专业营销人士，通过其优秀的营销策略才能准确地掌握消费者群体特征从而对症下药。但据国家统计局，2016 年我国农业生产者中 55 岁以上的人口约占 33.6%，农业从业人员老龄化严重。据笔者调研，在西湖龙井五大保护区之一的“龙门坎”其农业从业人员老龄化同样突出，在每年采茶时期中，90%以上都是通过雇佣外来务工进行采摘工作的，其每户家庭青壮年劳动力大都外出务工加上大部分电商知识分子不愿意来到农村从事营销工作。因而对于第三产业的发展极为不利，并且茶产业初级加工队伍出现了明显的年龄断层，对于传承采摘和制作技艺的非遗极为不利。

2.5 茶镇茶村同质化

自美丽乡村建设的开展，浙江陆陆续续建设了 22 个特色小镇。虽然西湖区自 2015 年起大力整治村社 11 处，虽提出“一村一品、一村一景”的理念，但依旧存在同质化现象。各村的文化礼堂千篇一律，茶村也没有很好地突出自己产区独特的文化底蕴。很多小镇依旧复制城镇或学习国外乡村布局，失去了自己的“生产、生活和生态”特色。尤其对于西湖龙井茶文旅融合中的“印象金三角”茶产区而言，避免同质化发展是核心问题。以龙坞茶镇为例，其是浙江唯一以传统产业茶叶为特色，打造以民国风格的“九街”成了其茶镇的重要窗口，吸收了大量的知名茶机构，引进了茶培训、餐饮、演艺等投资，带动了整个茶镇的茶产业发展。并且因其独特的产业优势，将中国国际茶业博览会、中华茶奥会会址永久落户龙坞茶镇，使整个乡村的旅游产业升级为产业旅游、度假旅游、会展旅游，构建以茶为主题的商圈，打造永不落幕的茶博会。而梅家坞区域则突出茶楼休闲茶家乐，龙井村区域突出历史文化朝圣地。因此西湖龙井各个茶产区要开发出属于自身的文化底蕴、茶叶特色从而将三产业的消费潜力完全开发。

3 西湖龙井茶产业发展应确立目标

要按照创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，构建“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的”新发展格局，确立西湖龙井茶产业发展“三能”提升、精准产业导向目标并做好顶层设计。可从以下几个维度加以专虑：1）“三能”转换示范地。提高产能、开发功能、提升效能，成为中国茶产业“三能”机转换示范地，为乡村振兴、茶农增收服务。2）围绕科技驱动。融贯农业、工业、现代绿色服务业三大文明，让喝茶、吃茶、用茶成为时尚。3）茶产业茶文化茶旅游融合。延长产业链、价值链，成为现代绿色服务业新宠。4）围绕“五进六舞”，发挥茶的社会性功能，转“柴米油盐酱醋茶”为“茶米油盐酱醋柴”。5）打造杭州龙井的领衔品牌，在世界茶乡看浙江中发挥领头雁和窗口作用。出台扶持意见，鼓励科技进步，构建绿色安全、丰产优质、高效低耗茶园管理体系，实施“全价利用、跨界增值”战略，推进茶文化“五进六舞”培养茶消费、孕育茶未

来，通过发展现代绿色服务业，促进乡村振兴、城乡统筹发展。

4 西湖龙井茶产业发展对策及建议

4.1 提升品牌竞争力

以问题为导向，立足以西湖龙井茶及其附属品牌广阔知名度和充足的文化底蕴的优势，进一步提升茶叶竞争力。要在西湖龙井茶领衔品牌发展黄金期为契机，带动九曲红梅、杭州龙井等区域品牌的发展，做好整体品牌提升文章。农业一产是基础产业，是必需的物质基础，对劳动就业、社会稳定具有重要意义。对主导产业、规模茶园基地，实施良好农业规范，开展重施有机肥、化肥减量工程建设，有力改善土壤肥力，营造丰产优质的培育基础。绿色安全、丰产优质、高效低耗为目标。发挥好炒制人才多和茶树良种率高等优势，打造以群体种为特色的区域品牌的主体茶种，传承和发展炒制技艺，推广创新技艺和“机手优势组合”，唱响高品质“西湖龙井”品牌主角^[7]。不断巩固提升“西湖龙井”品牌地位，扶持御点红、西湖红眉、钱塘梅红、龙元白茶、龙井茶饼等新创茶品类适度发展，既可以使茶资源得到充分利用，又丰富西湖龙井茶类结构，使茶为社会创造更多财富。

4.2 加大品牌宣传力度

要确立品牌定位，政府引导，企业主导，组织品牌茶商参加国际国内重要节庆、农业会展、茶博会、茶奥会，向外推介西湖龙井茶品牌、茶文旅资源，扩大品牌影响力，使名茶走出去，茶文化走出去。其次可宣传茶功效来吸引有健康需求的消费者，从《本草纲目》中便记载了绿茶有精气神、减肥之功效，在现代医药学研究下茶还有预防阿尔茨海默病、降脂减重、降血糖、通过SREBP1c/FAS 信号通路实现对胎牛血清诱导的 HepG2 细胞脂肪变性的改善，起到保护肝脏细胞的作用、茶多酚均有较强清除DPPH·OH 和 ABTS·能力，有一定的抗氧化能力、以及抗炎、保护心血管、抗肿瘤等多种功效。大力宣传茶叶药理作用，是挖掘潜在客户最有效的途径之一。最后通过举办线下炒茶技艺比赛，将“抖、搭、撮、捺、甩、抓、推、扣、压、磨”等非遗技艺直接展现在镜头及外来旅居人面前，体验高端龙井的价值所在，同时可以带动乡村旅游经济的发展^[8]。

4.3 促进茶文旅融合“金三角”发展

开展全域美丽茶园建设、茶科技驱动、茶文化引领、茶文旅融合发展，推动转型升级，促进农民增收、农业增效、农村发展。发挥好本地资源禀赋，要合理利用“互联网+”平台有效结合由“龙井茶历史文化荟萃区”、“梅家坞茶香生活体验区”、“龙坞‘六茶共舞’综合示范区”构成的西湖龙井茶文旅印象“金三角”特色文化底蕴。在线上积极推广其品牌产品，将中低档龙井产品作为主打产品，利用西湖龙井知名度不断推广当地旅游业服务。而高档茶产品则可以结合当地茶馆、茶楼、农家乐等线下第三产业并呈现炒制过程给消费者形成视觉冲击，从而体现出西湖龙井的价值，将茶农经济利益最大化。最后政府要推动科技进步，又注重科技成果转化利用。特别是茶在食品工业上应用前景广阔，把茶叶精深加工纳入扶持政策，积极培育相关茶企，进一步整合产学研，研各方资源，加快科研成果产业化，实现茶产业品牌延伸，敢于探索建立茶科技产业园区茶匠学院、茶科技成果转化交易中心等项目，发挥带头优势。

4.4 积极推进普惠政策与合作社模式

西湖龙井茶产业本身推广就是投入与产出不成正比的产业，其高昂的人工成本就使得一级产区内茶叶（尤其是群体种）售价没有下降空间，以及农户销售渠道单一、假冒商标龙井屡见不鲜、标识包装管理严苛等因素，都使得茶企面临较大生存压力。那就需要政府不断加强农业普惠政策，提高在化肥补助、群体种保护区农户补助资金，以及提供更具人性化的茶产业管理服务、加强打击假冒龙井行为、不断扶持产业链的人才培养，最大化程度减小断层现象的影响。

在政府措施之下，农户也需要自身寻找出路，而合作社模式的运用可以大大增加销售渠道的多样性。例如龙坞茶镇、梅家坞

村、满觉陇村、西湖茶场村等成立的茶叶专业合作社，不仅可以各类资源统一起来，包括统一土地种植类型提高管理效率，在培训、加工、品牌、销售等方面都有可靠的力量集中应对潜在风险。

4.5 质量为基，标准先行

首先，从源头树立标准化理念，将茶园打造成第一车间。西湖龙井标准化是其产业健康发展、提升竞争力的基础，那么源头标准化就是其本身品质的基础。茶园的质量决定了之后一系列产业的质量，因此对于产区、种植、采摘、安全等标准都要有精确的规定。

其次，生产加工隐性技能显性化，显性知识标准化。那就需要打破“经验主义”做法，将隐性的制茶技能提炼成知识点，通过图文、手册、视频、规范等方式转化成显性知识，提高生产加工的标准化程度。

最后建立基于消费者视角的产品标准化评价体系。消费者与生产者在茶叶的品质评价上存在信息不对称与经验鸿沟。因此从产品出发，基于消费者视角建立直观、便捷的产品品质标准化评价体系，让消费者真正明白什么是好茶，如何识别一杯好茶，如何品饮一杯好茶，基于产品标准共识基础上（下转第38页）的情感共鸣才有价值。那么同时也需要茶行业达成共识并共同践行与传播，对西湖龙井茶产业健康可持续发展至关重要。

5 结语

西湖龙井是“杭为茶都”的根和魂，在互联网不断发展下，数字化科技逐步运用，西湖龙井可以不断提升自己品牌的竞争力，从而达到共同富裕下的美丽乡村愿景。西湖龙井未来发展要以茶文旅融合下的“印象金三角”为主体，不断加强茶文化引领，发展茶业科技，以“三能”问题为出发点逐步解决当下困境。将群体种品牌发扬光大，保持其独特性才能在国际化道路上立足根本，营造全城茶香氛围，打造出全国先行的共同富裕示范典型。

参考文献：

- [1] 杭州市政协文化文史和学习委员会，杭州市茶文化研究会. 龙井寻踪：西湖龙井茶人口述史料[M]. 杭州：杭州出版社, 2021: 25-28.
- [2] 何关新. 龙井寻香[M]. 杭州：杭州出版社, 2019: 35-39.
- [3] 程桐怀. 茶梗提取物对天然纤维的染色及功能改性[D]. 江苏：苏州大学, 2020.
- [4] 边剑霞. 农产品区域公用品牌保护和提升中的政府职能[D]. 上海：复旦大学, 2014.
- [5] 魏梦琴. “互联网+特色农产品”营销问题及对策分析——以贵州茶产业为例[J]. 物流科技, 2021(11): 45-46, 53.
- [6] 房振龙, 赵宏波. 美丽乡村进程中浙江乡村景观发展的特点、问题及对策[J]. 浙江园林, 2020(2): 19-22.
- [7] 官少辉, 敖存, 王志岚, 等. 不同炒制工艺对西湖龙井茶品质的影响[J]. 中国茶叶加工, 2020(3): 40-42, 57.
- [8] 莫琼, 韦迪, 俞春林, 等. 茶叶的药理作用研究进展[J]. 茶叶通讯, 2021(4): 598-605.