

# 待到花叶生金时

## ——嘉兴茶产业的新茶饮“出汤”之道

■记者 张应隆 图片由嘉兴市农业农村局提供

### 话题热1°

奶茶、果茶、茶酒、茶拿铁……当新茶饮以不可阻挡之势重塑消费版图，传统茶原料需求以年均20%以上的速度增长时，一场关于“一片叶子”的价值重构已然拉开大幕。身处这场变革之中，坐拥桐乡杭白菊、海盐绿茶等特色资源的嘉兴，手握一把“好牌”，但“好牌”也需看“打法”。当传统花茶、绿茶纷纷撞上“新茶饮”这条黄金赛道，嘉兴的特色茶饮原料，是甘当配料表里籍籍无名的幕后角色，还是奋力一跃成为包装上被清晰标示的品牌符号？带着这个疑问，记者走进嘉兴的菊田茶园，探寻正在发生的产业转型故事。



### 观点深1° AI有话说

眼下，嘉兴的茶产业正在经历一场深刻的价值重构。桐乡杭白菊、桑叶茶，海盐“南北湖茶”的这些事情共同指向一个趋势：传统农业正在从“资源输出型”向“产品创造型”转变。

然而，机遇面前，隐忧同样存在。新茶饮赛道虽然火热，但竞争日趋激烈，产品同质化风险不容忽视。当越来越多的产区都瞄准“新茶饮原料”这一定位时，嘉兴如何保持差异化优势？“桐乡杭白菊”的地理标志品牌壁垒、海盐山海湖生态的独特小气候、嘉兴毗邻沪杭的区位优势，都是可以深挖的“护城河”。此外，从农产品到“食品级”的标准跃迁，对中小茶企而言是不小的投入。新茶饮品牌的供应链话语权较强，上游原料商如何在合作中保持议价能力和品牌独立性，是一个需要长期权衡的课题。

想要破局，就要踏踏实实做到“上游有基地、中游有加工、下游有渠道”。在种植端，要持续做优品质、做强品牌，让品牌成为不可替代的价值承诺；在加工端，要从“卖原料”转向“卖方案”，深度参与新茶饮品牌的产品研发，成为不可替代的协同开发者；在市场端，要善于“两条腿走路”——既服务B端大客户，也培育自有C端品牌，让更多消费者感受到嘉兴茶产品的独特魅力。

茶饮产业抢占新赛道才刚刚开始。当传统农耕文明与现代消费潮流相遇，当千年茶文化与年轻一代的生活方式碰撞，嘉兴茶产业的每一次破圈尝试，都在为“土特产如何变成金名片”这一命题提供鲜活的注解。

### 从一朵花到一条链，300余岁杭白菊迎来“花”式跨界

花期不过20多天的一朵小花，何以撑起超10亿元的产业链？在桐乡，杭白菊给出的答案是：跳出茶杯，拥抱新消费。

翻开各类新茶饮的配料表，它是清润回甘的核心成分；点一杯时令奶茶，它是增添风味的热门搭档；就连手中的解暑雪糕、梳妆台上的护肤品，也因加入杭白菊而多了“花经济”的附加值。去年，浙江省农业农村厅公布全省25个“土特产富”全链发展优质价实践案例，“桐乡杭白菊”成功入选。一个数据印证了这朵小花的“经济魔力”：2025年，桐乡杭白菊全产业链产值突破16.6亿元。

桐乡被誉为“中国杭白菊之乡”，杭白菊商品化种植已有300多年历史，杭白菊已然成为这座城市鲜明的物产符号之一。作为国家地理标志产品，“桐乡杭白菊”的品牌价值已连续5年攀升，2024年经中国品牌建设促进会评

估，其品牌价值达6.83亿元，较2019年增长47%。

然而，面对新消费浪潮，桐乡人没有故步自封，而是选择主动破圈。

“我们将胎菊、茉莉进行焗泡，再与红枣、桂圆等食材煮水，加入一定比例的牛奶，研制出健康养生的杭白菊奶茶。”回忆起研发过程，桐乡市缘缘食用花卉专业合作社（以下简称“缘缘合作社”）负责人缪悦啸颇为感慨，“前后做了许多尝试。”为了让这杯奶茶既好喝又有养生功效，他们向浙江大学、浙江中医药大学等高校专家咨询各配料组合的药理，“既要保障搭配的合理性，又要贴近年轻人的日常需求。”起初，他们只打算做热饮，但结合市场调研后，冷热款杭白菊奶茶同步推出，并很快成为当地年轻人的“新宠”。

这杯奶茶只是缘缘合作社延伸产业链的一个缩影。近年来，缘缘合作社

依托浙江桐乡杭白菊科技小院，开发出杭菊小宝、隐茶杯、蚕丝蛋白与杭白菊萃取物等专利产品，还推出杭白菊课堂、菊海观光等研学产品。缪悦啸透露，合作社上半年出口额同比增长20%，销售额突破500万元。

“破圈”的不止国内市场。针对国外客户爱喝冷泡茶的习惯，桐乡市天龙杭白菊制品厂开发出菊花粉、配方茶等品类，成功打开海外市场。目前，桐乡杭白菊年出口总量达2000余吨，创汇近1500万美元，产品远销新加坡、马来西亚、日本及欧美地区。

更令人瞩目的是这朵小花牵起的一场南北文化“对话”。去年，桐乡杭白菊与北京北海公园首次牵手，联名款“秋之桐”杭白菊茶饮一推出便成功出圈；菊展集市上，20多款桐乡特色产品集中亮相，促成5家企业签订650万元采购协议。

“这既是双方合作的延续与深化，

更是一场南北文化的精彩对话。”桐乡市委常委、副市长周炎如此评价。北海公园管理处党委书记、园长孙齐炜则回应道：“这不是一次简单的展览，而是一场南北园林文化的双向奔赴。”北海公园自古是京城赏菊胜地，明代就有帝王“西苑观菊”的佳话；而桐乡杭白菊浸润江南300余年，早已融入地域血脉。一朵花，让两座城从“偶遇”走向“深交”，也让“桐乡杭白菊”的品牌标识从配料表跃升为包装上的亮点。

“从一朵花到一条链”的创新突围中，桐乡还构建起“村集体管理分红、规模主体享稳定订单、农户得保护价兜底和季节性务工”的共富模式，创新推出采摘期降水指数保险，让菊农种得安心。在种植端，“杭白菊—小麦轮作”模式破解了两种作物的时差难题，大棚精准管控更催生出“一朵杭白菊卖出30元”的全新身价。

### 从总统餐桌到国家级展会，“南北湖茶”煮出千年茶香

如果说桐乡杭白菊讲述的是“花”的故事，那么海盐则正书写着“叶”的传奇。日前，塞尔维亚总统武契奇一行到访嘉兴，在接待菜单上，一道名为“鹰窠顶茶冻”的特色甜品引发关注。这道甜品的核心原料，正是产自海盐县澉浦镇南北湖风景区的“鹰窠顶”茶叶。这道融合东方茶韵与地方特色的甜品，让海盐茶叶以意想不到的方式进入了公众视野。

海盐植茶历史可追溯至五代十国，种茶文脉绵延千年。南北湖三面环山、面朝大海，形成独特的冬暖夏凉小气候，加之红壤壤土质疏松、酸度适中、有机质含量高，常年云雾缭绕，滋养出了口感鲜爽、香气清雅的高山好茶。作为嘉兴地区唯一的茶叶产区，海盐现有茶园总面积1850余亩，主打龙井43、乌牛早、鸠坑等优质茶树品种。

然而，长期以来，海盐茶叶面临着“养在深闺人未识”的困境。茶农多以售卖鲜叶或散装干茶为主，缺少统一的品牌标识，产业附加值始终难以提升。直到今年3月，海盐正式发布茶叶区域公共品牌“南北湖茶”，统一品质标准、规范包装体系，让零散乡土好茶拥有了统一的官方名片，也补齐了浙江11个地市茶叶区域品牌的最后一块空白。

品牌一经推出，便在第八届中国国际茶叶博览会上迎来“大考”。海盐5家本土茶企组团出征，携多款特色新品集中亮相，这也是“南北湖茶”首次登上国家级茶业展会舞台。扎根澉浦茶院村的嘉兴月隐天成茶业有限公司，带去了两款年度新品——青玉露绿茶和锦上春红茶。“青玉露是清明前采摘的优质头春绿茶，今年首次小批量试制，总产量仅50斤，上市后迅速售罄，市场单

价达每斤800元。”企业负责人白琴芳介绍，全新推出的锦上春红茶分特级、一级两个品级，总产量100斤，售价分别为每斤800元、350元。对于品牌后续发展，白琴芳透露，企业计划今年入秋推出桂花红茶、橘香红茶等特色调味茶，“其中橘香红茶将创新融合南北湖本地柑橘风味，打造专属海盐特色茶饮。”

海盐县南北湖农业综合开发有限公司也携“南北湖茶”和“文城茶”两款标杆产品参展。公司工作人员于意杰告诉记者，企业拥有200亩专属生态茶园，茶叶精选清明前后优质茶青，经传统工艺精制而成，市场售价每斤800元至1000元。

原生态的种植环境、出众的茶叶品质，让“南北湖茶”在展会现场圈粉无数。来自杭州的康养行业客商张建康逐一品鉴后，对海盐茶产业发展前景高

度认可：“南北湖坐拥得天独厚的生态资源，十分适宜茶树规模化种植和茶文旅融合开发。”他计划组织康养群体前来海盐开展休闲休养、采茶体验等活动，深化茶旅康养跨界合作。浙江省农业技术推广中心专家冯海强现场品鉴后，对“南北湖茶”给予高度评价：“首次品鉴‘南北湖茶’，茶汤温润醇厚、清甜回甘，地域特色鲜明、品质出众，极具产业发展潜力。”在他看来，“南北湖茶”的推出，补齐了浙江茶叶区域品牌的关键一块拼图。

从武夷餐桌上的一碗茶冻，到国家级展会上的组团亮相，海盐茶叶正告别“有姓无名”的历史，以品牌化姿态走向更广阔的市场。告别单一干茶售卖的传统模式，海盐正积极探索茶旅融合、茶饮创新、产业多元发展新路径，让千年茶文化贴近年轻消费者。

### 从农产品到新茶饮，向“食品级”标准跃迁

当我们在新茶饮赛道上审视嘉兴茶产业时，发现科技与产业融合正在重塑传统农业的底层逻辑。

在桐乡凤鸣街道，一片原本用作养蚕的桑叶，正在上演一场静悄悄的变革。“第一年做桑叶茶的时候，年产量只有50吨不到，短短两年时间，去年产量就达到了200吨，销售额将近500万元。”桑叶茶加工基地负责人李宪强的话语中透着信心。2021年，凤鸣街道开启与农科院的合作，建设小桑苗品种园、果桑基地，筹建以桑葚、桑叶茶、桑芽茶等为特色的蚕桑系列农产品加工中心。凭借丰富的桑树基因库、现代专业的桑茶生产链、科技人才的全心投入，基地开辟出一条独特的桑茶之路。李宪强和合伙人新投资的加工基地投产后，桑抹茶、桑花茶等新产品将再度延伸产业链。

获得收益的远不止加工基地。大量桑叶、桑芽、桑花、桑果的收购，让那些上了年纪无法外出务工的桑农们在家门口就能赚钱。“尤其春季，卖桑叶的桑农会排起长长的队。村民只要想做业，一年到头不愁没有工作。”李宪强说，可谓“一杯桑茶煮开了绿色致富路”。2022年以来，凤鸣街道打造蚕桑农耕研学基地，正式揭牌后，仅半年时间就吸引了1.3万名学生前来研学，农文旅融合带来了实打实的效益。

桑叶茶的案例并非个例。浙江桐乡杭白菊科技小院的设立，让缘缘合作社得以向高校专家咨询药理知识，从而研发出杭白菊奶茶等爆款产品；在海盐，茶企同样在探索与高校、科研机构合作，让传统制茶工艺与现代食品科技相结合。科技正成为嘉兴茶产业转型升级的“催化剂”。

嘉兴茶产业的实践还在回应一个更大的产业命题：新茶饮需要什么样的原料供应商？答案很清晰：不是单纯的“卖茶叶”，而是成为“协同开发者”。

与传统茶比，新茶饮更看重茶底的风味融合能力——香气持久、滋味醇厚、尾韵干净，能够与水果、牛奶、糖等配料和谐共舞。这意味着茶叶生产要从农产品思维转向“食品级”标准。茶企的生产车间需按食品要求改造，每一批原料都要经过严格检测。记者在走访中了解到，嘉兴不少茶企已开始这方面的改造升级，在种植端把控品质，在加工端追求标准化，力求让每一批原料都能满足新茶饮品牌对稳定性的严格要求。

支撑茶产业从“一季精彩”向“四季生金”转变的，是“上游有基地、中游有加工、下游有渠道”的全产业链体系构建。嘉兴的实践表明，科技赋能、标准引领、品牌打造，是传统茶产业抢占新茶饮赛道的三大关键支撑。

