

# 妙用時尚元素 巧借科技創新



「西湖龍井茶具」色翠、香郁、味甘、形美「四絕」



▲智能茶藝機一鍵簡單泡茶

## 茶葉中的功能活性成分

- 茶多酚** 兒茶素、黃酮等
- 糖類** 葡萄糖、果糖等
- 礦質元素** K、Ca、Mg等
- 氨基酸** 茶氨酸、谷氨酰胺等
- 生物鹼** 咖啡鹼、可可鹼等
- 不溶性成分** 多糖、蛋白質、色素等



## 智能茶藝機 化繁為簡受歡迎

「科技運用」茗茶新鮮人余小姐對茶藝機愛不釋手，「6000多元（人民幣，下同）的價格說便宜不便宜，但和咖啡機一比，你會覺得其實也是可以接受的。尤其對我這樣剛剛開始學喝茶的人來說，加入的智能化設置，讓泡茶變得簡單、方便。」

一邊聊天，余小姐一邊取出了一包茶藝機配套的西湖龍井茶包，將茶包上的二維碼對準茶藝機進行掃描。記者看到，茶藝機讀取二維碼後，就自動設置好了水溫、水量、沖泡時間和沖泡次數等參數。隨後，只需將茶葉倒入茶漏，按下啟動鍵，三分鐘後一杯泡好的西湖龍井就呈現在面前。

余小姐介紹：「它一共搭配了14款茶葉，除西湖龍井之外，還有大紅袍、金駿眉等，我覺得口感、茶色都和手工沖泡的味道差不多，而且它還有自動洗茶功能，程序上和手工沖泡步驟完全一樣。」

記者查看各大購物網站發現，市場上類似的智能茶藝機品種繁多，價格從幾百元到幾千元不等，百元價位的月銷量能達幾千台，高價的月銷也能有幾十台。

「面對快節奏的現代生活，很多年輕人可能沒那麼多時間去學習茶藝，甚至沒時間坐下來好好品茶，這也是為什麼傳統茶葉市場上中老年人是主要消費群體的原因。而智能茶藝機就是考慮到這一點，主打年輕人市場，在堅持傳統沖泡工藝的基礎上，以科技的方式化繁為簡，讓喝茶這件事情變得更方便，還更有趣。」上述智能茶藝機銷售人員ALEX告訴記者：「目前銷售情況還是挺好的，買家多為年輕人。」

### 礦泉水秒變原泡茶

泡一泡，搖一搖，比茶藝機更簡單就能喝到原泡茶的茶粉，在市場上受到90後消費者的喜愛。由於他們中更多人愛喝冷飲，廠家針對這一特性，通過低溫萃取技術，在不破壞茶葉有效物質的基礎上，把茶葉裏的高級風味成分和功能性成分定向分離製備，之後可完全溶於低溫液體。只需將5毫升的粉末倒入一瓶常溫礦泉水中，瞬間瓶中的礦泉水就變成了一瓶茶水。

消費者王小姐說：「我不愛喝熱的東西，以前大熱天喝茶還要等茶涼了才能喝，現在有了這款產品夏天還能拿冷水泡茶喝。而且喝茶再不受時間、空間、容器限制了，只要一瓶礦泉水隨時隨地就能喝茶。」



▲西湖龍井核心產區梅家塢茶園

# 西湖龍井 爭奪年輕一代

「院外風荷西子笑，明前龍井女兒紅。」曾作為貢茶、如今萬元（人民幣，下同）一斤的西湖龍井，現也加入線上銷售大軍，或嘗試科技創新，搶奪年輕一代的目光。「一說起喝茶，大家的印象就是中老年人的愛好。」杭州獅峰龍井茶葉有限公司常務副總經理葛建國表示，由於茶葉產量有限，要真正做大龍井茶產業，下沉年輕消費者市場才是必要的途徑。2020年，該公司將通過線上銷售的方式，推出價格從幾百元到1000元左右的龍井茶，致力開拓年輕人市場。

## 香茗革新系列之龍井

大公報記者 王莉杭州報道

「讓大眾能喝到真正的龍井，尤其是讓年輕人願意喝，也能喝得起龍井茶，是我們的目標。」葛建國介紹，由於茶葉產量有限，企業精品西湖龍井一年銷量僅1萬斤左右，年產值約2000萬至3000萬元。

葛建國表示，西湖龍井除核心產區外，周邊產區產量也有很多，只不過每個產區的茶葉在色澤、香味、口感等方面各有高低。因此，今年計劃推出的線上龍井茶產品，將通過獨有的拼配工藝，以保證西湖龍井「色翠、香郁、味甘、形美」的四絕。

### 萬元一斤 每年產量有限

「其實不是年輕人不懂茶，而是中國茶不懂年輕人。」葛建國坦言，萬元一斤的精品西湖龍井，不僅每年產量有限，而且對於普通消費者來說，價格也確實偏高。從目前的銷售渠道來看，精品西湖龍井幾乎100%都是線下交易，這也從一方面證

明，年輕人消費高檔西湖龍井數量有限。

隨着互聯網不斷發展，中國茶葉也嘗試着新的銷售路徑。據艾媒諮詢發布的《2019中國茶行業市場大數據及標桿商業模式研究報告》顯示，2013年至2019年，中國茶葉線上規模市場保持快速增長的趨勢，截至目前，中國茶葉線上市場規模達到235億元，相比2018年，增長了14.6%，預計2021年增至298億元。

「在保證品質的基礎上，我們還針對線上購買群體主要是年輕人這一特點，在產品包裝設計上也會更多元化、時尚化，加入更多好玩、好看的东西。」葛建國告訴《大公報》記者，考慮到今年是鼠年，茶葉包裝加入與鼠年相關的元素，比如卡通鼠的茶杯、茶寵等，未來還想推出十二生肖系列的茶具等等。

葛建國預估：「今年推出有品質保證、價格親民、包裝更時尚的線上龍井茶產品的話，銷量可以達到3萬斤左右，相比往年銷量可以翻三倍。」

### 天貓新零售茶館受歡迎

與傳統茶館裏擺滿各種杯碟、大茶壺和桌椅板檯不同，位於杭州西湖邊的全國首家天貓新零售茶館裏擺放的卻是自動派樣機、雲貨架和新一代智能

零售販賣機。記者看到，茶館門外的採茶遊戲機吸引了很多來逛

街的年輕人圍觀試玩，遊戲獲得勝利，機器就會自動派送一包茶葉樣品作為禮品。店內的雲貨架上，隨手拿起一件貨品，屏幕上就會顯示產品的原產地溯源、價格信息、用戶購買評價等。智能販賣機則實現支付寶掃碼開門、選購商品、關門後自動結算。

正在店內購買茶葉的消費者王小姐告訴記者：「一直覺得茶葉是很傳統的中老年人飲品，但是在這裏卻變得很好玩，很有科技體驗感，讓我們這些慣喝咖啡的年輕人也有嘗試一下的慾望。」

據悉，天貓一直是西湖龍井線上銷售的第一平台。2019年天貓聚划算春茶節上線第一天，僅茶類目首天銷量就近千萬，同比2018年銷量增長翻番。

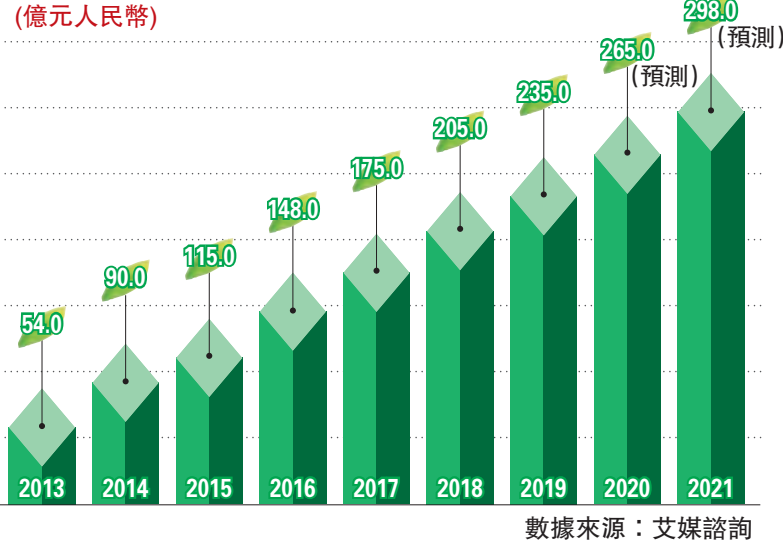
天貓快消全鏈路營銷總監陳炳潮稱，天貓希望通過更多的茶葉品牌智慧門店的改造計劃，幫助線下門店進行整體的改良，讓他們更具有品牌的一致性，並通過線上+線下的數據打通，不斷對產品進行調整，幫助品牌進一步提升形象。這意味着，新零售茶館以經營西湖龍井代表的商家為開端，將快速開向全國。



▲茶多酚含片有益抗氧化

▲白茶沐浴系列從民宿走向大眾市場

## 中國茶葉線上市場規模



## 多維度拓衍生品 產值千億

### 顛覆認知

好吃的抹茶牛軋糖，清新的白茶護膚品，有效緩解眼疲勞的綠茶眼罩，白毫銀針防霧霾口罩，清火的白茶含片……通過科技手段將茶葉與食品、醫藥等跨界合作，全價開發，市面上新興的茶葉衍生品顛覆了年輕消費群體對茶的認知，原來茶不僅能喝，還能吃、能用。

中國茶葉流通協會專家委員會主任張士康表示，2018年中國茶葉總產量261.6萬噸，95%被作為傳統茶飲產品銷售，產值2157.3億元

（人民幣，下同），另外5%作為衍生產品製造原料，產值達近千億元。所以，要實現國家科技部萬億茶產業發展目標，茶資源全價利用與茶產品的跨界開發是必行之道。

他認為，現代茶產業的發展就是要利用現代技術多維度全價利用開發茶資源的衍生價值。在時間維度上，指春、夏、秋三季茶資源的利用；在空間維度上，是要充分利用茶樹的根、莖、果、花、葉等各個組織器官；在產業鏈維度上，一產、二產與三產之間要融合互動。

## 茶葉研發 圍繞日常生活所需

### 產品創新

茶葉的衍生品開發離不開日常生活，從事茶葉研究已經30多年的浙江大學茶學系教授屠幼英表示：「茶萃取物的功能主要體現在保健、養顏方面，產品的研發圍繞生活日常，與食品、化妝品接軌是最佳落腳點。」

「目前我們的幾個爆款像牛軋糖、白茶含片、噴霧、身體乳等，都是圍繞日常生活進行的研發。」屠幼英介紹，有一款白茶洗浴套裝，最初只是在一些高端民宿提供免

費使用，沒想到一些客戶因為使用後感覺很好，向商家提出購買。產品成為體系投放市場短短一年的時間，已經在全國迅速鋪開，客戶黏性強，回購率高，年輕群體主導。

屠幼英介紹，茶葉的種植與飲用史相當久遠，然而用科技手段對它進行功能研究卻不到百年。目前，茶葉深加工與綜合利用已成為國內外茶產業發展的主要方向，也是未來茶產業發展趨勢的主要內容之一。



▲顧客從雲貨架上購買西湖龍井

大公報記者王莉攝