

## 要闻

### 世界茶乡看浙江

我省新茶饮产业链年度总产值突破百亿元,成为新茶饮“潮流中心”

# 喝杯新茶饮,品一品浙江味道

■ 本报记者 金春华

  鲍妍祯研发新茶饮的“手速”加快了。  这名95后姑娘,家住浙江绿茶重点产茶县——遂昌县。半年多前,她把父亲经营三十多年的茶叶门店,改造为当地首家新茶饮空间,还成了“打卡点”。

  成为“打卡点”的背后,是传统茶叶大省浙江变身新茶饮“潮流中心”的大转折。

  近年来,面对饮品消费市场日益凸显的多元化、体验化、健康化、情绪化等新趋势,浙江产业积极寻求创新突围。  “新茶饮即现制茶饮,在茶中加入水果、牛奶、酒类等原料,现场制作、即时消费,切中了当下年轻人的消费习惯,为浙江茶产业开辟新的增长空间。”农业农村部茶叶专家指导组成员、省龙井茶品牌管理办公室主任陆德彪说。  2025年,浙江新茶饮原料茶产量达4.3万吨、产值25.6亿元,比上年分别增长28%和31%;新茶饮产业链年度总产值突破百亿元,带动传统茶原料需求量年均增长超过20%。

### 茶融万物 传统茶味的年轻化突围

  杭州00后市民小周和她父亲都以茶开启每一天。不同的是,老周“几十年来只喝龙井”,喝茶时,闻香、辨形、观色、品味,一个步骤都不能少。而小周几乎一天一个样,有新牌子、新产品的茶饮上市,都会去尝尝。

  新茶饮背后的消费逻辑,与传统冲泡茶、即饮茶已经大不相同。

  “现在年轻人喜欢悦己型消费,以满足个体愉悦需求为出发点。而传统的茶叶消费场景较正式、节奏慢,口感和风味均有限,不太符合他们的消费喜好。”浙江农林大学茶学与茶文化学院副教授魏然分析:年轻人追求快节奏,喜欢“手机下单,拿了就喝”;偏爱丰富多变的口感和风味,会尝试“茶融万物”;有“以茶为名”开展社交和展现个性的需求,喜欢包装设计好看、名字好听的产品……

  这些新消费习惯,首先降低了茶饮的消费门槛。

  采访中,不少年轻人表示,传统名优茶存在价格、知识、冲泡技艺等多道门槛,他们分不清龙井、白茶有什么产地、工艺的区别,更怕价格差异太大,“被拿捏”。但新茶饮主要处在10元至25元的价格带,以及随点随喝的快速制作方式,让他们“没压力,不犹豫”。

  中国茶叶流通协会等的数据显示,最近三年,全国茶叶内销总额同比减少1.4%、2.66%和4.86%。但在2025年,受新茶饮等影响,全国茶饮消费人口比上年增长了7.9%。今年4月底,头部品牌霸王茶姬与“龙井茶”

  品牌开启正式合作,强化溯源实体标识,还推出两款浙江限定新品,茶底来自浙江龙井产区。

  茶底是新茶饮的灵魂。陆德彪说,以前有些消费误区,认为现制茶饮茶底一般舍不得用好料,“其实现制茶饮也有高档茶底。比如龙井茶,因采用炒制工艺,其特有的清香能被奶或糖进一步激发出来,和新茶饮很配。”  在嵊州,茶企大都用同一套品控标准给名优茶和新茶饮提供原材料。浙江春水堂茶业有限公司总经理吴燕直言:“我们一直在加强供应链建设,抓好源头品质和产品稳定性把控。”

  记者观察,在当前不同榜单中,龙井茶都是新茶饮排名前五甚至前三的热门茶底之一。

  刚一入夏,鲍妍祯马上用新学的刨冰技术推出一款新品。开店仅两月有余,她已经推出了四款新茶饮、六种新茶食。她父亲鲍夏鸿30年来就主营“夏鸿牌”龙谷茶、遂昌银猴等极少数种类。“鲍夏鸿一开始很不理解,“刨冰加牛奶加香茶,什么古怪搭配?”“‘茉龙椰椰’‘橙桔茉莉沙冰’都是什么名字,念都念不顺”……

  “我们年轻人就喜欢新奇、好玩、有个性、接地气。”鲍妍祯观察,不像老茶客的“情有独钟”,年轻人对新茶饮的品牌依赖度不高,品类多、上新快,才会让他们有“受宠感”。

  红餐产业研究院一份报告显示,2025年,其监测的75个茶饮样本品牌月均上新次数为1.3次、月均上新产品数3款,头部品牌表现尤为活跃。

  浙江不少名优茶也纷纷“跨界”。比如首个“中国生态茶之乡”开化,最近推出精酿龙顶茶啤、龙顶石斛饮、红茶黄精糕等一系列产品,深受好评。

  浙江大学茶叶研究所所长王岳飞指出,浙江发展新茶饮产业有几大核心优势:原料供给全国领先,产业链条完整高效、品牌集群优势突出、科技研发赋能强劲、数字经济深度融合、政策生态持续护航、文化底蕴深厚多元。

  如今,浙江已成长为新茶饮“潮流中心”:这里孕育了新茶饮“第三股”的本土头部品牌古茗,以及如雨后春笋般冒出的本土新品牌,加上其他头部品牌将浙江视作核心竞技舞台之一,共同带来日益多元的新潮产品,打造新茶饮的先锋“试验场”……

### 茶入日常 新生活中的“全天候饮品”

  “今天喝了没?”

  这是当下年轻人之间流行的一句问候语,也是新茶饮进入消费者日常生活的一种写照。数据显示,2025年,69.76%的消费者每周购买2次至3次新茶饮,18.31%的消费者每周购买4次至6次,购买6次以上的也有2.36%……喝新茶饮,更是很多年轻人新的生活仪

  式。不少95后形容:早上一杯提神,下午一杯“续命”,晚上一杯解压……

  茶,从“专门腾时间喝”变成嵌入工作、社交、通勤、休闲的“全天候饮品”。专家解析,曾经,年轻人日常饮品模式是“早C(coffee,咖啡)晚A(alcohol,酒)”,新茶饮恰好填补了其中的空白时段,并逐渐衍生成“全时段陪伴”。

  新茶饮探索的商业模式,也与这种新生活方式“同频共振”。

  现在年轻人喝茶,先打开品牌线上点单小程序,再选品类、选温度、选甜度、选配料,直接“参与”制作。他们也可以转发链接,“邀请小伙伴喝茶或拼单”。夏天到了,不少店里还推出了“冰杯”,即加满冰块的杯子,消费者可以自己加水、加饮料,然后拍照、分享……

  “我们将制茶方法变得标准化、便捷化、移动化。一杯茶可以让人们在工作、娱乐、社交时轻松拿到一只手,又延续了茶作为生活必需品和社交媒介的底层逻辑。”霸王茶姬相关负责人揭示了背后的原因。

  新茶饮在年轻消费者群体中已成为表达个性、日常社交的一部分,可以“玩着喝”“交友喝”“养生喝”……

  一个装有抹茶粉的瓶盖,拧在一般的瓶装水上,摇一摇,就能喝到一杯翠绿细腻的抹茶饮。这是去年7月在国外社交平台上走红的一款新产品。它来自杭州径百味抹茶科技有限公司,上市仅半年多就卖出了100多万个,今年开年就接到来自波兰的大单。

  “我们一开始没想到,摇一摇会从喝茶方式变成流行国外社交平台的一种互动。”该产品负责人吴文敏介绍,“摇一摇”的过程很像宋代点茶的“击拂”,即用茶筴快速搅动茶汤形成泡沫,这一简单的制作方式触发了年轻人的仪式感,加上社交媒体传播,吸引更多参与。

  另一家头部品牌茶百道,此前与迪士尼知名动画IP《冰雪奇缘》开展联名活动。后者主题曲《Let It Go》(《随它吧》)的歌词成了消费者的社交用语,联名产品“女王的青提”及周边产品限定温变杯等,引发了大量二次创作和传播。

  在茶百道相关负责人看来,不同年龄层、不同地区的消费者,其生活方式和消费习惯有着很大差异,新茶饮丰富多变的形态,正好可以满足他们的需要,“我们推出新品前,会专门去收集网友的想法,看看他们想有哪些新玩法。”

  数据显示,截至5月13日,我省新茶饮门店总数约2.1万家,居全国第4,接近于全省咖啡门店数量——茶与咖啡,都在浙江人生活中占据重要分量。

### 茶见古今 新文化消费中的多维碰撞

  新茶饮已从“功能型消费”转向“生活方

  式消费”,并继续向“文化消费”延伸。

  近日,杭州市商旅运河集团旗下水陆集团携手霸王茶姬,在大运河上开了一家茶铺——“江雪号”联名船。人们在船上边喝茶边饱览运河景致。

  “爱了慕了”“东方美学氛围拉满”……不少网友点赞这一“茶旅”融合新玩法。

  巍然解读,茶承载着山川风物与千年文脉,新茶饮可以进一步释放这种特质:比如发掘茶在香气、口感和健康上的优势,探索与更多食材碰撞的可能,或者从传统制茶工艺、茶具文化、地域特色中汲取灵感,推出时令风物与在地文化相结合的产品,让传统茶文化结缘更多年轻群体。

  这是一场传统与现代在技术、理念、文化等多维度的碰撞。

  抹茶,一种古老又新潮的饮品。在杭州径百味抹茶科技有限公司,各种现代仪器设备呵护着据悉可追溯到唐代的茶园;GMP车间内,茶叶被研磨到1200目,颗粒直径不到普通人头发的约十分之一;展示区内,游客听着茶圣陆羽与抹茶前身“末茶”的故事,品尝抹茶冰淇淋等新产品……

  “抹茶颗粒越细,口感就越鲜醇。以前的产品一般只做到800目至1000目,但我们达到1200目。”吴文敏说,很多人不知道中国是抹茶的发源地。他们追求更高品质,也为了让更多人在醇厚的味道中记住“径山是中华抹茶之源”。这也碰撞出中国茶文化强大的包容性和时代性。

  “五一”假期,缙云的“黄茶咖啡”再度出圈。该饮品以当地缙云黄茶为基底,将茶的清幽与咖啡的醇厚巧妙融合,引得游客慕名品尝。

  当有人还在担心“茶与咖啡谁能赢”时,“茶咖”已是一种融合新选择。杭州西湖边,头部品牌阿嬷手作开启其全国首家茶咖零售体验店,拉开“茶咖双主线”运营新模式;径山脚下,肯德基旗下的“肯悦咖啡”将年轻人喜欢的口味调和成“浓浓抹茶”系列新潮品……

  很多人说,在浙江,新茶饮已不只是一杯饮品。

  近年来,浙江多地推出“非遗茶空间”,让千年茶文化触手可及。春夏秋冬乃至不同农产品上市时,会有龙井类、桂花类、荔枝类等新品问世。不少品牌探索“茶咖协同”“日茶夜酒”等新形态,实现不同消费场景互补,让茶、咖啡、酒等饮品共生共荣;多地新茶饮品牌和原料出海,传播“浙江风味”……

  在全国最大绿茶产地交易市场所在地松阳,记者遇到几位外省自驾前来觅茶的年轻人。他们边找茶,边在当地多个古村落“逗留”了快一个月,“新茶饮让我们爱上了喝茶。到了浙江发现,这里的自然和人文风味更让人留恋。”这是一种从“舌尖”到“心间”的跃升。

### 短新闻竞赛

  乡镇干部站上浙大讲台

## 思政课堂有了“泥土味”

  本报杭州5月20日讯(记者 王璐怡)“上面千条线,下面一根针。每条线的工作,都要从我这根针里穿过去。”20日晚6时30分,浙江大学紫金港校区,马克思主义学院《习近平干部教育重要论述》专题课程准时开课。和以往不同,站在讲台上的,是磐安县尚湖镇党委委员、宣传委员郭嘉。

  乡镇干部走进大学教室当讲师,是浙大马克思主义学院创新推出的“我在线上讲‘中国’”系列课程,也是学院大思政课堂的一次全新探索,目的是让带着泥土味的一线实践成为鲜活的教材。

  高校思政课改革以来,如何让学生想听、愿听、爱听是普遍面临的难题。浙大马克思主义学院副院长包大为坦言,高校教师多是专业博士毕业,理论有余、实践不足。2022年起,浙大作为中组部、教育部指定的3家“干部教育学”二级学科建设试点高校之一,招收培养该专业硕士研究生。如何把干部教育等重要论述讲深讲透,也成为学院大思政课堂努力的方向。

  今年五一假期,包大为在磐安旅游时偶然走进黄林坑村。几年前,这个村还是偏远山村,在郭嘉结对帮扶下,如今蝶变为“浙中蜜蜂第一村”,去年与下姜村、乌石村等一同入选浙江省首批山区海岛县省级重点村,并引领周边村抱团发展。“这不就是我们需要、学生也愿意听的思政课吗?”包大为说。“我在线上讲‘中国’”系列课程由此萌生。郭嘉受邀成为第一堂课的主讲人。

  课堂现场,郭嘉不用PPT,直接开讲。他擅长用小故事讲大道理,讲述熟悉的基层工作更是信手拈来。

  黄林坑村蝶变为“蜜蜂村”,背后离不开基层干部的付出。从调研确定走特色村路线,到找朋友寻求规划支持,又召开全体村民大会,全体村民按了手印,最终形成发展蜜蜂产业的决议。“村子有了产业,环境也得跟着变好。”郭嘉说,一次在村庄铺设石板路的过程中,因为工程款预付出了问题,一位村干部主动选择贷款垫付,引发家人不满。

  说到这里,郭嘉顿了顿:“村干部的这份担当作为,其实就是习近平总书记告诫年轻干部时讲的那句话——‘要干事,要改革,要解决矛盾,有些争议乃至责难是难免的,把石头扔进水里都会激起涟漪,更何况是想做成一番事业?’”一个接一个故事,让学生们在真实的故事中感受基层干部工作的酸甜苦辣。

  干部教育学研一学生张伟恒听完后感触:“郭老师的分享,对我们认识基层、更好理解理论有很大帮助。”

  接下来,浙大马院将继续开展“我在线上讲‘中国’”系列课程,邀请更多基层干部走进课堂,讲述更多带着泥土味的故事。

## 《非遗茶空间建设规范》团体标准发布 茶和天下 共享非遗

  本报杭州5月20日讯(记者 杨千莹)20日,2026年浙江省“茶和天下 共享非遗”主题活动在西湖龙坞开幕。本次活动由省文化广电和旅游厅主办,西湖区政府承办,主题为“草木润西湖”,将持续至5月25日。

  活动现场,《非遗茶空间建设规范》团体标准正式发布。该标准系统总结了三年来浙江在“非遗茶空间”培育的创新实践,从非遗茶空间建设的基本条件,以及空间氛围、非遗活动、茶事活动、产品销售、运营管理等方提出规范性要求,为全省乃至全国“茶非遗”文旅消费新场景的高质量发展提供了可复制、可推广的“浙江方案”。

  西湖区现场发布文旅促消费政策,从消费补贴、线路开发、业态培育等方面推动“茶非遗”资源落地转化。本次共发放300万元消费券,覆盖住宿、景区、演艺三大场景,已在美团、携程等平台上线。同时,西湖区推出西湖文旅探索卡2.0版,较初版福利全面升级。

  作为“中国传统制茶技艺及其相关习俗”人类非遗的牵头申报省份,我省率先提出“茶非遗”概念,涵盖茶俗、茶礼、茶器、茶点、茶服等,让非遗不仅被看见,更能被触摸、被品尝。2025年,我省成立全省非遗工坊联盟。如今,我省共有100家“非遗茶空间”,1582家非遗工坊,以及1000多件(套)联名好物。

  当日,“浮生六境——浙派非遗茶生活美学展”正式面向公众开放。展览共有20余家展位,设置“器、赏、食、织、养、创”六大主题空间,展示包括越窑青瓷千杯墙、海宁皮影戏、台绣、花西子联名美妆等多业态融合场景,开设非遗茶艺体验,构建起多层次的非遗文旅消费场景。

## 200吨碳减排量卖了约1.4万元 浙江首例电动船舶碳普惠交易落地湖州

  本报湖州5月20日电(记者 吴丽燕 通讯员 董梁 郑峰)20日,记者从湖州召开的船舶全域电动化暨“全电航运”建设座谈会上了解到,浙江首例电动船舶碳普惠交易落地湖州。长三角生态能源碳中和基金、天能控股集团有限公司正式认购湖州港“东兴100”“瑞港001”两艘电动船舶核算周期内产生的200吨碳减排量,合同金额约1.4万元。

  浙江大学湖州研究院副院长张伟表示,这标志着湖州“全电航运”建设迈出关键一步,印证了碳普惠机制在推动绿色能源应用、促进经济与生态协调发展方面的巨大潜力。

  湖州是全国首个也是唯一一个内河水运转型发展示范区,湖州港承担了全省近40%的内河货物运输量,港口吞吐量常年位居全国内河同类型港口前列。近年来,湖州谋划推进“全电航运”工作,探索重塑内河航运能源结构。截至2025年底,湖州累计建造和下水新能源船舶30艘,常态化运营新能源船舶示范航线3条。据测算,与同容量的柴油船相比,电动单船每年可节约能耗成本约20万元,减少二氧化碳排放200吨。

  “通过船上的智能终端,充了多少电、跑了多少公里,都能精准折算成不可篡改的减排数据。船东可直接将减排量出售给有购碳需求的企业,获得实实在在的经济回报,这将有效提升绿色船舶更新的积极性。”国网湖州供电公司“生态+电力”项目负责人王函韵介绍。

  以电逐绿畅行水乡航道,湖州的创新探索还在继续。当天,湖州市交通运输局、国网湖州供电公司、浙江大学湖州研究院、湖州交通集团携手组建的“全电智能航运实验室”揭牌成立。该实验室将在政策、用能、设备、技术等方面形成合力,成为推进运输方式向全域电动化、清洁化转型的重要支撑。同时,国网湖州供电公司与湖州港航部门将原有机电服务平台全面升级为“船舶全电航运平台”,构建起覆盖船舶“航行、停泊、作业”全过程的一站式电能服务与管理生态,实现船舶能耗、排放数据实时可查,政策补贴精准直达,生态效益核算清晰透明。



### 一线调查

  三无产品、无温控、儿童可触……烫豆机乱象调查——

## 拼豆爆火 隐患“烫手”

■ 本报记者 滕一韬

  在带孔模板上,用五颜六色的圆形迷你塑料豆拼出各种图案,再通过高温熨烫,将塑料豆熔化定型,这便是当下年轻人热衷的“拼豆”。伴随着拼豆爆火,熨烫定型用的烫豆熨斗、烫豆机销量在网店暴涨。连日来,记者调查发现,从产品认证到使用安全,这类加热设备存在不少令人担忧的安全盲区。

  在电商平台上,记者输入“拼豆熨斗”“烫豆机”等关键词检索,各类商品海量呈现,价格从十几元到几百元不等。一些传统电熨斗品牌也纷纷打上“拼豆”标签加入竞争。

  但不少产品缺乏有效认证。记者注意到,一款售价10元左右的迷你熨斗成为多个平台的热销品,不少商家在商品页面标注了“儿童”“玩具”等关键词。记者随机购买了一

  款迷你熨斗发现,其包装简陋、做工粗糙,是一款无生产日期、无质量合格证、无生产厂家厂名厂址的“三无”产品。

  一家金华地区的生产厂家告诉记者,他们的产品是烫画机,也可以用在拼豆上,“我们不属于熨斗类目,所以没有3C认证。”另一家在社交平台上被不少网友推荐的某网红店,其客服告诉记者,他们目前正尝试申请电熨斗品类的3C认证。

  某家销量达“4500+”的拼豆熨斗店铺向记者提供了贴有3C标志的产品外包装和一张由威凯认证检测有限公司出具的认证证书,但该证书上认证委托人名称、地址及生产者(制造商)名称、地址等关键信息都被打码。记者通过扫码进一步核验发现,其证书状态在今年4月14日就已经“暂停”。还有的店家虽然给出了3C认证证书编号,官网也

  查验有效,但与实际售卖的产品品牌和类型并不相符。

  记者也联系了多个电商平台的官方客服。对方回应称,对于该类售卖“三无”产品的商家,平台核实后,会进行清退及处罚等处理,进一步加强规范化管理。

  不只是假冒认证和虚假宣传,部分烫豆机器产品本身的安全性也同样令人担忧。记者咨询了多家店铺,对方均回复儿童可用。一些拼豆熨斗的商品详情页上,甚至配有儿童操作宣传图。此外,不少在售熨斗无温控保护,几分钟便可达到引燃温度。

  省市场监督管理局表示,已关注到“烫豆机”等相关产品的市场乱象,目前正在压实平台责任、强化执法检查两方面发力,筑牢产品质量安全防线。

  “常规电熨斗的用途并不包括用于熨烫

## “莫奈花园”上线



  5月20日,小满将至,杭州西湖茅家埠龙泓涧水域的睡莲已盛开,呈现出“莫奈花园”般的视觉效果,吸引众多市民和游客打卡拍照。睡莲具有“昼开夜合”的习性,上午9时至下午3时是最佳观赏时间。

  通讯员 里尔 摄