

关于加快推进芳村茶叶批发市场转型升级的建议

领衔代表 王娟

一、芳村茶叶批发市场发展背景

中国茶城看广东，广东茶城看芳村。芳村茶叶批发市场总占地面积 22 万平方米，是荔湾区南片成熟的专业批发市场，被市政府列为十五期间重点扶持的五大专业批发市场之一。场内专营茶叶商铺上千家，包括 23 家茶叶批发市场及 8 处茶叶经营户集结地。汇集了福建、潮汕、浙江、广州、香港、台湾等地区的数百家茶商，是全国规模最大、商铺最集中、辐射面最广的茶叶批发集散地，同时也是国内著名茶品牌的孵化地，市场辐射全国各地及东南亚地区，占据全国茶叶交易量的 80%。

二、发展趋势中面临的瓶颈问题

芳村茶叶批发市场在 80 年代创业初期，依托千年中华历史，因势利导，自然集聚形成规模，逐渐形成了“前店后厂”的经营模式，成为联络上游云南西双版纳茶厂和下游全国各地采购商的重要纽带，已形成了以茶叶的销售、展示、品鉴为主要模式的茶叶产销产业链。然而，随着市场竞争激烈，消费市场升级，芳村茶叶市场无论硬件、软件方面均面临发展困境。主要为：一是芳村茶叶市场自发形成，缺少总体规划。二是功能区划分不清晰，核心功能缺失，产业集群

维持低端集聚水平。芳村茶叶专业市场仅有的批发功能已不适应当前中国的茶叶渠道多元化发展，再加上中国茶叶品牌的自我营销体系在逐步健全和建立，对批发市场的依赖性在减弱，三是市场结构单一老化，缺乏茶文化传播载体，茶文化产业链以及延伸产业发展不足。芳村茶叶市场在全国出名后，这些年场内同质化严重，导致市场饱和甚至过剩。

三、发展建议

近两年来，荔湾区加快推进专业批发市场转型疏解，引导市场经营主体向企业转型，推动专业批发市场展贸化、规范化、高端化发展，推动实现老城区焕发新活力。我区以产业带动茶叶市场转型升级，可依托优势资源和特色产业，探索“双轮驱动”资源整合发展模式，一个轮子是实体店线下体验销售和品牌线上营销相结合，一个轮子是茶产品质量保证和茶文化传播相结合。

（一）构建茶叶产业链发展的大格局

结合白鹅潭商务区建设和城中村改造，推动产业形态迭代升级，注重传统产业在新时代下的创新发展方向，推动以贯通生产、流通、消费各环节，带动全产业链提升的市场升级改造。企业是实现产业形态升级发展的重要载体，打造建设涉茶企业总部园区，在全产业链全方位配套的辅助下，有效聚集人才、技术、资本等产业发展的高端要素，不仅推动茶产业结构升级，也成为城市经济提质增效的重要推手。

（二）整体统筹空间规划及视觉体验

整合茶叶市场现有的多个批发市场资源，规范市场发展，打造集茶产品展示厅、仓储物流园区于一体的南方茶叶交易博览中心，引入全国各茶叶品牌，并引入茶产品线上销售平台进驻。一是优化市场空间，划分为茶艺展示区、茶叶研发区、仓储贸易区、茶叶总部区等功能片区。二是优化服务功能，除了现有的交易、仓储、集散、品鉴功能之外，还要具备茶艺培训、展示、研发、质检、品级认证、旅游博览、文化体验、文化创意、数字化营销、科技智能、旅游博览等全产业链全方位服务能力，形成体验消费、技术研发、环茶产业三大板块。

（三）科技赋能，升级全域智能化

加强科技+数字赋能，将智能化系统置入仓储、物流、展示、导览、解说、体验、消费、支付、售后等环节，全域实现智能化管理和体验，实现产业与高科技的有机融合。我区可通过建设“茶产业交易数字化平台”，进一步吸纳全国乃至全世界的茶产业资源，形成“无边界”的茶叶市场，发挥广州在茶产业集聚区特有的质量把控、定价、交易等方面的优势，进一步扩大“广州价格”“广州标准”的影响范围，让中国茶叶品牌实现全球流通。

（四）推动茶文化产业的传播发展，依托多样化的茶文化商品吸引社会大众对茶文化的关注

加大茶文化创意产业发展，促进线上线下融合的双线发展。将茶产业与中华优秀传统文化或时尚潮流文创，进行多元化的文化输出，把茶文化与岭南特色建筑、粤剧乐曲文化元素相结合，打造具有国际知名度的茶文化品牌与茶文化 IP，如把广府文化、制茶工艺、中国传统二十四节气等茶文化手绘印在茶罐与茶具之上，IP 制作可爱茶宠，吸引更多 90 后年轻人关注茶文化，以扩大消费渠道和客户圈层。

（五）大力打造茶文化旅游、活动，提升茶文化商业价值以及市场吸引力

茶文化旅游、活动是茶产业中重要的组成部分，同时也是茶产业中最具生命力和发展潜力的组成部分，在持续推进茶文化传播工作生命力的发展中，要重视提升茶文化商业价值以及市场吸引力，茶文化旅游和活动不仅涉及到了旅游项目的打造，而且还能够在带动区域经济方面发挥出不容忽视的作用。依托茶文化旅游、活动推进国际和国内社会大众对我国茶文化的了解，能够促使对茶文化的认识和认同，促使我国茶文化形成口碑效应并实现更好的传播，不仅有利于提升我国茶文化所具有的社会影响力，而且对于推动我国经济发展也具有重要意义。