南平市人民政府国有资产监督管理委员会

南国资函〔2025〕25号

答复类别：A类

南平市国资委关于
市政协六届四次会议第20251038号提案的答复

九三学社南平市委会:

《关于加强“武夷山水茶空间”建设助力南平市茶产业高质量发展的建议》（第20251038号）由我委会同市农业农村局办理。现将有关情况汇总答复如下:

一、加速茶空间建设。2023年初，我委所属实业集团作为实施主体，创设“武夷山水·茶空间”，构建以茶文化为引领、茶产品为核心的经济新模式。截至2025年5月底，“武夷山水·茶空间”实现布局517家，覆盖国内43个城市，及韩国、日本、俄罗斯等海外市场。近三年来，市农业农村局统筹安排“三茶”融合乡村振兴资金614万元，支持推进“武夷山水·茶空间”全国拓展。**一是强化战略合作。**武夷山水公司与广电网络签订协议，在其营业网点设置茶空间专柜，后续还计划与其他通信运营商、金融机构合作设展示体验区。**二是加速拓展联名店。**已与朱子家茶、金日良茗、湛卢等众多茶企业共建联名店，下一步拟与各地南平商会深化联名合作。**三是加快城市**

运营中心建设。“武夷山水·茶空间”全国首家运营中心在上海正式开业，促进武夷茶文化与海派文化交融。

二、优化产品供应。一是茶产品方面。“武夷山水·茶空间”与武夷星、岩上等知名及非遗传承人企业打造8款联名茶，显著提升产品销量与市场竞争力。**二是竹产品方面。**整合我市竹制品加工企业资源，深度匹配武夷山水茶竹空间SI设计应用，启动竹空间整屋定制方案的编制。开发山水竹韵文创竹盒等小件竹制产品。**三是水产品方面。**与水务集团打造泡茶水系列产品，预计6月上市销售。**四是瓷器产品方面。**联合浦城浦盛公司以大口窑非遗技艺打造岩茶、红茶、白茶高端青白瓷标准茶器具和1款旅行茶具，并成功举办3场标准茶器具订购活动，认购超17万套。**五是茶点产品方面。**结合南平市莲子、薏米、黄精等土特产，累计开发建瓯锥栗、武夷笋脯、浦城酸枣糕等特色茶点10款；与仙芝楼等头部企业联手打造药食同源养身茶点，并根据市场经济形式优化茶点包装及客单价，依托大武夷绿色食品研发中心进行数字化分析，指导品质提升，激增销量。

三、加大宣传推广力度。一是聚焦全国茶博会。在福州、昆明等多地茶博会上搭建特装馆展示茶空间品牌形象及全链条产品，借助海峡两岸茶博会举办成果推广交流会，为茶空间的持续良好发展打下基础。**二是对接台湾旺旺中时文化传媒。**参与2024第33届时报金犊奖，开展10场巡讲活动，辐射两岸四地1570所院系。2024年福建品牌价值评价榜单“武夷山水”品牌

价值495.21亿，较2023年增加6亿。**三是依托商会资源。**联合体育局在大武夷超级山径赛、光泽全省自行车联赛等体育赛事中，以直播植入、现场搭展等形式探索茶空间宣传新模式。**四是依托海外营销推广中心。**在澳大利亚、法国等营销推广中心举办产品品鉴会、茶文化沙龙等活动，传递南平茶文化，培育“武夷山水·茶空间”品牌认知。线上，2024年累计制作“武夷山水·青白瓷标准茶具”、“武夷山水·瓷器”等宣传视频45个，发布宣传文稿116篇，在抖音、小红书等平台精准投放，实现2000万人次曝光。线下，聚焦春节、国庆等节点，整合航空、高铁等传统媒体，立体化、集中式宣传“武夷山水·茶空间”，扩大宣传覆盖率。

四、下一步工作计划。2025年，我委将继续支持武夷山水公司做好品牌宣传和推介，“大众媒体+新兴媒体+品牌活动”多管齐下，不断提升“武夷山水·茶空间”影响力。**媒体宣传方面：一是**聚焦人流密集场景，在市高铁站、机场，在春运、数字峰会等重要节点投放广告，实现百万级曝光；**二是**依托新媒体精准营销，新品上市期间，通过访谈制茶大师、走访核心山场等系列短视频，在岩茶教室、说茶等垂直平台定向推广；**三是**定期更新招商视频，借助微信朋友圈广告、飞鱼抖音投流平台，精准触达潜在加盟商。**活动推广方面：一是**融入农业、商务、文旅活动，增设“武夷山水·茶空间”推介环节；**二是**打造“武夷山水·赛事空间”直播模式，以“公用品牌+体育赛事”联动推广；**三是**借力全国南平异地商会换届、成立契机，开展现场招商及沉浸式体验；**四是**针对经销商需求，高频次举办小规模品鉴茶会，融合政府背书与茶

艺表演，精准触达意向客户；五是举办产品订购会等活动，强化厂商合作，释放市场新动态。

感谢贵单位对我市茶产业的关心与建议，希望继续多提宝贵意见。

领导署名：林　勇
联 系 人：杨　钦
联系电话：0599-8868202

南平市国资委
2025年6月6日

（此件主动公开）

抄送：市政协提案委、市政府督查室。

南平市国资委办公室　　2025年6月6日印发