

2025年中国乌龙茶行业：2024年达327.5亿元，2029年剑指418亿，新茶饮消费升级与文化推广双轮驱动

2025 China Oolong Tea Industry
2025中国ウーロン茶産業

概览标签：乌龙茶、新茶饮、年轻化

2025/10

图片由AI生成

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

01

凭借丰富的自然资源与地理环境，中国形成了各具特色的乌龙茶产区

- 乌龙茶是以山茶属茶种茶树的叶、驻芽和嫩茎,依次经适度萎凋、做青（晾青、摇青）、杀青、揉捻（或包揉）、干燥等独特工艺加工而成的、具有特定品质特征的茶叶。中国的乌龙茶生产以福建安溪、福建武夷山、广东潮州、云南腾冲等产区为核心，多个产区凭借丰富的自然资源与优越的地理环境，逐渐形成了各具特色的乌龙茶产区。

02

中国乌龙茶市场规模未来五年持续扩容，预计2029年达418.0亿元

- 中国乌龙茶市场在2020-2021年短暂回调后，自2021年起稳步增长，从261.2亿元增至2024年的327.5亿元，需求持续释放。未来五年预计持续扩容，2029年达418.0亿元，增幅高于行业平均，前景向好，这得益于新茶饮消费升级与文化推广等。各茶企企业可抓住机遇拓展渠道、创新产品，而消费者对现制茶饮需求增加，作为茶底的乌龙茶将受益，推动市场规模持续增长。

03

新茶饮和茶旅融合的蓬勃发展，给乌龙茶行业注入新的活力

- 2019-2023年乌龙茶销量逐年递增，2022年增幅达到峰值9.0%。一方面源于乌龙茶产量逐年递增，供给端持续扩大，另一方面也反应消费者需求的提高。这源于新茶饮和茶旅融合的蓬勃发展，给乌龙茶行业注入新的活力。在未来有望消费需求持续扩大，销量保持上升态势，乌龙茶市场蓬勃发展。

新茶饮消费升级与文化推广的双重赋能下，乌龙茶行业前景持续向好

乌龙茶是以山茶属茶种茶树的叶、驻芽和嫩茎,依次经适度萎凋、做青（晾青、摇青）、杀青、揉捻（或包揉）、干燥等独特工艺加工而成的、具有特定品质特征的茶叶。中国乌龙茶市场在2020-2021年短暂回调后，自2021年起稳步增长，从261.2亿元增至2024年的327.5亿元，需求持续释放。未来五年预计持续扩容，2029年达418.0亿元，增幅高于行业平均，前景向好，这得益于新茶饮消费升级与文化推广等。

目录

CONTENTS

◆ 中国乌龙茶行业综述	7
• 定义与分类	8
• 发展历程	9
• 驱动因素	10
• 市场规模	11
• 进出口规模	12
◆ 中国乌龙茶行业生产格局分析	16
• 种植面积	17
• 产量规模	19
• 产区分布	21
◆ 中国乌龙茶行业产业链分析	22
• 产业链图谱	23
• 产业链分析	24
◆ 中国乌龙茶行业发展趋势分析	27
◆ 中国乌龙茶行业企业分析	29
• 品牌概览	30
• 曦瓜	32
• 天池茶叶	33
• 八马茶业	34
◆ 方法论	35
◆ 法律声明	36

目录

CONTENTS

◆ Overview of China Oolong Tea Industry	7
• Definition and Classification	8
• Industry History	9
• Driving Force	10
• Scale of Market	11
◆ Analysis of production patterns in China Oolong Tea Industry	16
• Overview of Plantation	17
• Scale of Production	19
• Distribution of production areas	21
◆ China Oolong Tea Industry Chain Analysis	22
• Industry Chain Mapping	23
• Industry Chain Analysis	24
◆ China Oolong Tea Industry Development Trend Analysis	27
◆ Analysis of Enterprises in China Oolong Tea Industry	29
◆ Methodology	35
◆ Legal Notices	36

图表目录

List of Figures and Tables

图表1：乌龙茶品种分类概念界定	8
图表2：乌龙茶主要营养成分	8
图表3：中国乌龙茶行业发展历程总览	9
图表4：中国乌龙茶行业相关政策分析，2022-2025年	10
图表5：中国茶叶行业市场规模，2020-2029E	11
图表6：中国乌龙茶行业市场规模，2020-2029E	11
图表7：中国乌龙茶进出口金额变化情况，2024.01-2024.12	12
图表8：中国茶叶出口占比变化情况，2023	12
图表9：中国乌龙茶出口国家及其出口额，2024.01-2024.12	13
图表10：中国乌龙茶出口国家及其出口量，2024.01-2024.12	13
图表11：中国各省份乌龙茶出口额，2024.01-2024.12	14
图表12：中国出口乌龙茶前十省份出口量，2024.01-2024.12	14
图表13：中国茶园面积及其增幅，2015-2023年	16
图表14：中国各主要产茶省茶园总面积，2022-2023年	17
图表15：中国干毛茶总产量及其增幅，2015-2023年	18
图表16：中国干毛茶总产值及其增幅，2015-2023年	18
图表17：中国干毛茶产量（按六大茶类分），2019-2023年	19
图表18：中国干毛茶产值（按六大茶类分），2021-2023	19
图表19：中国乌龙茶行业主要产区分布，截至2025年5月	20
图表20：中国乌龙茶产业链图谱	22
图表21：中国乌龙茶产量及其增幅，2018-2023	23
图表22：中国乌龙茶占茶叶总产量比重，2018-2023	23
图表23：中国乌龙茶销量变化及其增幅，2019-2023	24

图表目录

List of Figures and Tables

图表24：中国乌龙茶销售单价变化，2019-2023	-----	24
图表25：中国消费者饮茶频次，2024年	-----	25
图表26：中国消费者饮茶频次（按性别分），2024年	-----	25
图表27：抖音平台乌龙茶消费者偏好年龄分布，2024.12-2025.05	-----	27
图表28：乌龙茶的发展趋势	-----	27
图表29：中国乌龙茶品牌，2025年	-----	29
图表30：中国乌龙茶茶品牌，2025年	-----	30
图表31：曦瓜品牌介绍	-----	21
图表32：天池茶叶品牌介绍	-----	32
图表33：八马茶业品牌介绍	-----	33

第一章：中国乌龙茶行业综述

Industry Overview



行业综述

- 定义与分类
- 发展历程
- 驱动因素
- 市场规模
- 进出口规模



生产格局分析



产业链分析



发展趋势



企业分析



中国乌龙茶行业概述：定义与分类

乌龙茶是以山茶属茶种茶树的叶、驻芽和嫩茎,依次经适度萎凋、做青（晾青、摇青）、杀青、揉捻（或包揉）、干燥等独特工艺加工而成的、具有特定品质特征的茶叶。

乌龙茶分类概念界定

乌龙茶代表品类		品类特性	生产工艺			
乌龙茶	闽南乌龙茶	铁观音（清香型、浓香型、陈香型） 黄金桂（黄旦） 佛手（永春佛手）	颗粒或半球形，发酵程度适中（15%-25%），摇青较轻，香气以花香果香为主。	与鲜叶处理 茶坯制备	选用适制乌龙茶的茶树鲜叶（一芽二三叶）摊晾4-6小时（22-26℃），控制失水率10%-15%	保持鲜叶活性，为后续做青奠定基础，确保茶坯品质纯净。
	闽北乌龙茶	大红袍（武夷岩茶） 肉桂（武夷肉桂） 水仙（老丛水仙）	条索紧结，发酵较重（25%-50%），烘焙温度高，具炭焙香或矿物韵	与杀青定型 做青工艺	摇青（2-3分钟/次）与晾青（1-1.5小时间隔）交替8-12小时，待叶缘红变后高温杀青（220-280℃/3-5分钟）	形成“绿叶红镶边”，激发花果香，固定品质特征。
	广东乌龙茶	凤凰单丛（蜜兰香、鸭屎香等） 岭头单丛（白叶单丛）	做青时间长（10-12小时），发酵程度介于闽南与闽北之间，香气高锐复杂。	与揉捻造型 揉捻造型	按品类揉捻（包揉6-8次或滚揉40-60分钟），分阶段烘焙（初焙80-100℃→复焙60-80℃→提香50-60℃）	塑造外形，浓缩滋味，稳定香气与口感。
	中国台湾乌龙茶	冻顶乌龙 东方美人（白毫乌龙） 文山包种	发酵程度多样，外形半球状或条索状，香气优雅，滋味清甜。	与干燥提香 揉捻造型	经拣剔杂质，筛分分级到风选，匹配，最后包装成品	优化产品外形与品质均一性，确保成品符合等级标准，便于储存与销售。
	云南高山乌龙茶	宝品清心乌龙 松品高山金萱 绿山松露茶	引种台湾品种（如金萱、翠玉），在云南高海拔（2400米）种植，兼具高山韵与乌龙茶特色	精制加工		

乌龙茶主要营养成分

茶多酚	茶多酚具有抗氧化、清除自由基、抗菌消炎等功效，茉莉花茶中茶多酚含量15%-30%，优于其他茶类。	抗氧化
咖啡碱	咖啡碱具有提神醒脑，促进新陈代谢的功能，茉莉花茶中含量约3%-5%，与绿茶相近	提神醒脑
茶氨酸	茶氨酸具有具有镇静安神，提升免疫力的作用，含量约1%-2%	安神健体
芳香物质	茉莉花含苯甲醇、芳樟醇等20余种挥发性成分，具有舒缓情绪、理气和中的功效	舒缓情绪
维生素与矿物质	富含维生素C、维生素B族及钾、锌等矿物质，维持机体正常代谢	维持代谢

中国乌龙茶行业发展综述：发展历程

乌龙茶源于北宋时期，1980年代改革开放后出口量激增。目前已经形成福建、广东、中国台湾三大产区，正处于品牌化和高质量发展期，未来新品类与跨界融合将成为市场核心卖点。

中国乌龙茶行业发展历程



中国乌龙茶行业发展综述：政策分析

福建，广东，浙江，云南等地从种植基地建设、加工升级、产业园打造、文旅融合、科技创新、品牌推广等多维度，以财政奖补、规划引导等方式扶持乌龙茶行业发展，推动产业全链条升级与可持续增长

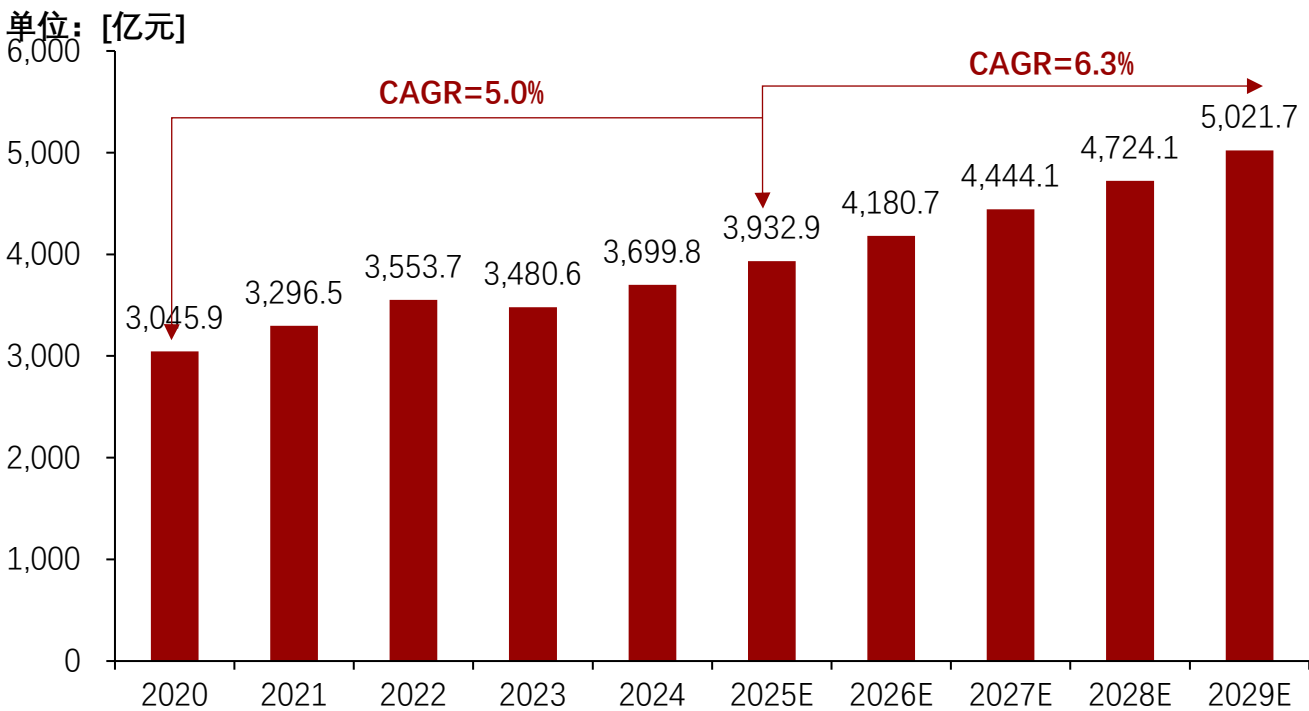
中国乌龙茶行业相关政策，2022-2025年

 福建省	 广东省	 浙江省	 云南省
《福建省促进茶产业发展条例》 第二十四条 鼓励茶叶品牌建设，争创各级各类名牌产品。 对获得良好农业规范、食品安全管理体系认证以及无公害农产品、绿色食品、有机产品认证的茶叶企业，县级以上地方人民政府应当给予奖励。 对被认定为中国驰名商标、福建省名牌产品、福建省名牌农产品的，以及获得国家地理标志产品保护、农产品地理标志、证明商标、集体商标的，县级以上地方人民政府应当予以保护、奖励，并在项目安排等方面优先予以支持。	《潮州市凤凰单丛茶产业高质量发展总体规划（2021-2025）》 设立“潮州单丛茶产业研究院”，引入院士团队开展科研合作，推广生态茶园和智慧农业技术。通过省级产业园（如跨县集群产业园）和“一村一品”项目，带动良种化、机械化生产，提升加工标准化水平。 统筹各级涉农资金，对茶园改造、设备升级提供补贴；鼓励银行创新信贷产品，放宽茶企融资门槛。规划期内目标将茶产业总产值提升至400亿元，覆盖种植、深加工及茶旅融合全链条。 通过国际茶日等活动推动“茶+文旅+电商”融合发展	《浙江省农业农村厅关于深入推进茶产业高质量发展的实施意见》 全力推进茶叶振兴，构建茶文化，茶产业，茶科技三茶统筹和三产融合的现代茶叶体系。 深入贯彻省市“土特产”全产业链相关部署，助力实施茶文化引领，茶产业升级，茶科技支撑为核心的“3+7+X”计划，扎实推动全市茶产业发展壮大。	《云南省茶叶产业高质量发展三年行动工作方案（2023-2025年）》 构建茶文化，茶产业，茶科技和茶生态协调发展的现代云茶叶体系，推进云茶叶全产业链升级，努力实现云南由“茶叶大省”转向“茶叶强省”的转变 到2025年，孟连县权全县茶叶面积稳定在10万亩以上，干毛茶产量6500吨以上，综合产值达到15亿元以上，全县茶园全部实现绿色化管理，持续监测“绿色食品品牌”产业基地16个，基地化率达到50%以上。
通过一系列各地产区政策文件的颁布和实施，中国乌龙茶行业在品牌建设、绿色发展和高端化拓展等方面得到了全方位的支持。这些政策措施不仅推动了乌龙茶行业的转型升级，也为其可持续发展和国际竞争力的提升提供了强有力的保障，为乌龙茶产业注入了新的活力和发展动力，乌龙茶产业不仅在促进农业现代化方面发挥关键作用，还将成为区域经济增长的新动能，为乡村振兴注入更强大的活力。			

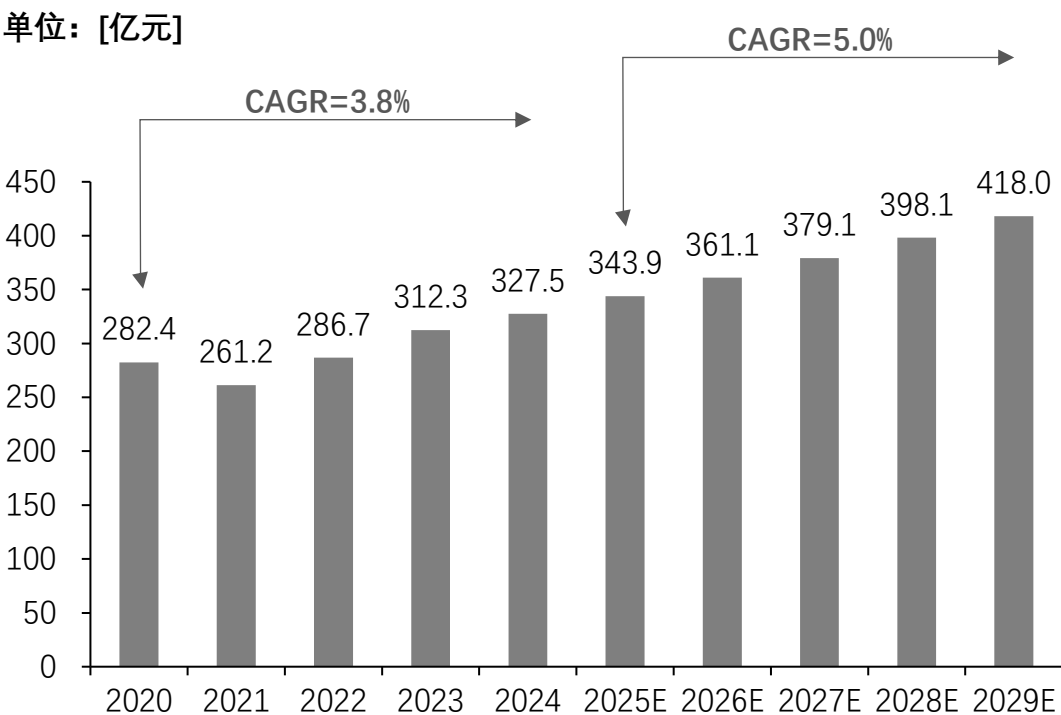
中国乌龙茶行业综述：市场规模

中国茶叶行业的市场规模整体呈现稳步增长趋势，随着新茶饮的兴起，国内消费市场对乌龙茶的需求提升，乌龙茶步入高速发展期，近几年，市场规模增长更为显著，其行业前景整体向好。

中国茶叶行业市场规模，2020-2029E



中国乌龙茶行业市场规模，2020-2029E

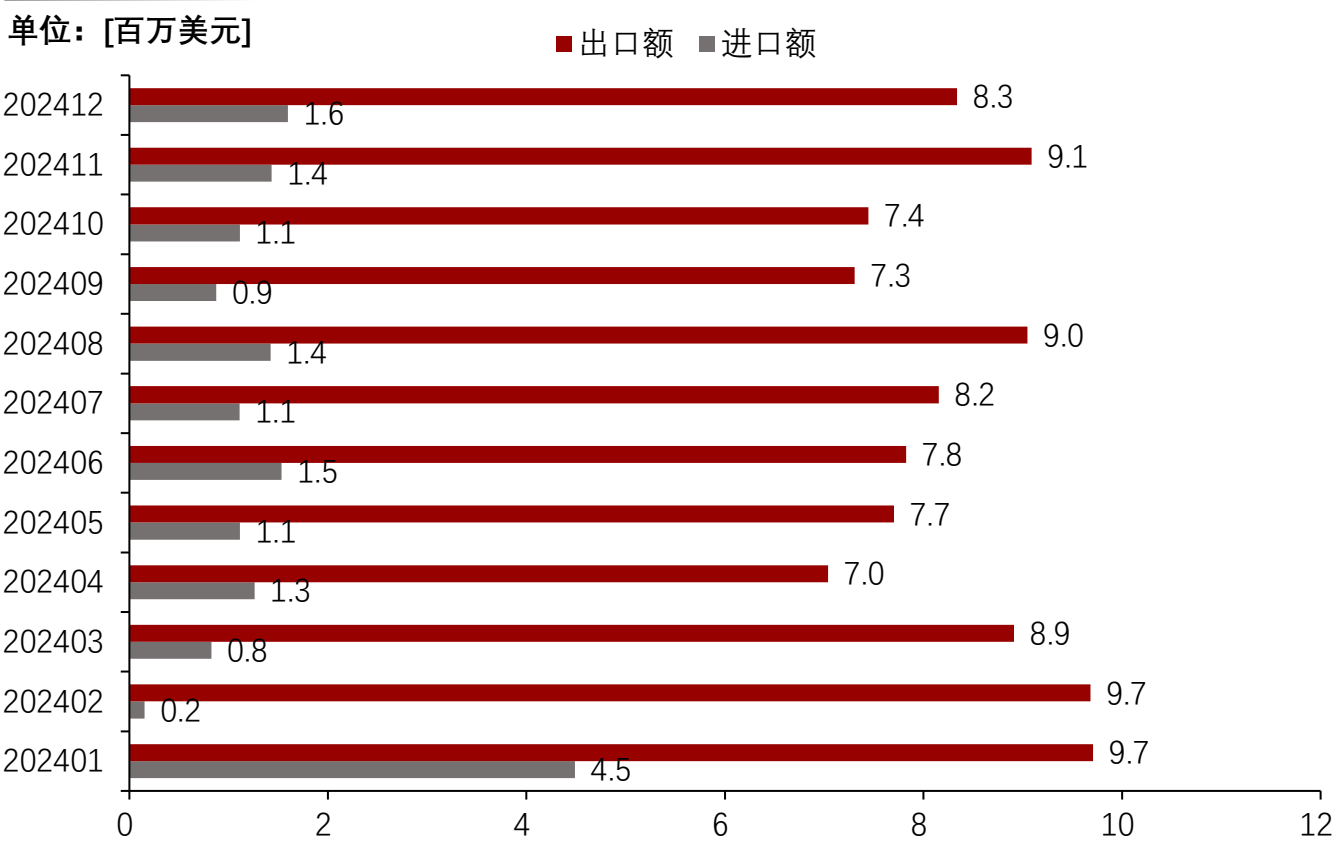


- ❑ 中国茶叶市场规模从2020年的3045.9亿元增长到2024年的3699.8亿元，实现了持续的稳步增长，复合年均增长率为5.0%，这一阶段年均增长稳定，说明茶叶市场进入了需求扩张期，消费群体快速扩大。预计未来五年整个茶叶市场将增长到5021.7亿元的市场规模。
- ❑ 中国乌龙茶市场在2020-2021年短暂回调后，自2021年起稳步增长，从261.2亿元增至2024年的327.5亿元，需求持续释放。未来五年预计持续扩容，2029年达418.0亿元，增幅高于行业平均，前景向好，这得益于新茶饮消费升级与文化推广等。各茶企企业可抓住机遇拓展渠道、创新产品，而消费者对现制茶饮需求增加，作为茶底的乌龙茶将受益，推动市场规模继续增长。

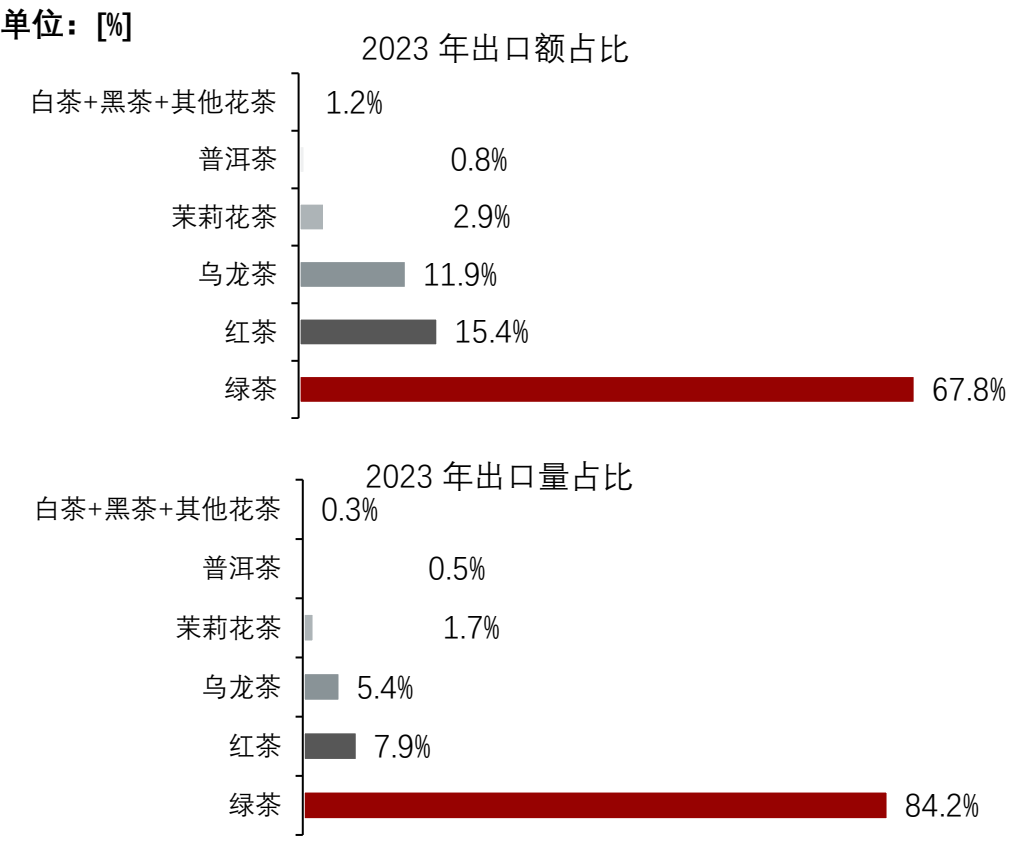
中国乌龙茶行业综述：进出口规模

中国乌龙茶行业的出口量显著大于进口量，反映国内对进口乌龙茶需求小，乌龙茶产业以出口为主要外向经济表现，国内市场以本土供应为主。

中国乌龙茶进出口金额变化情况，2024.01-2024.12



中国茶叶出口占比变化情况，2023



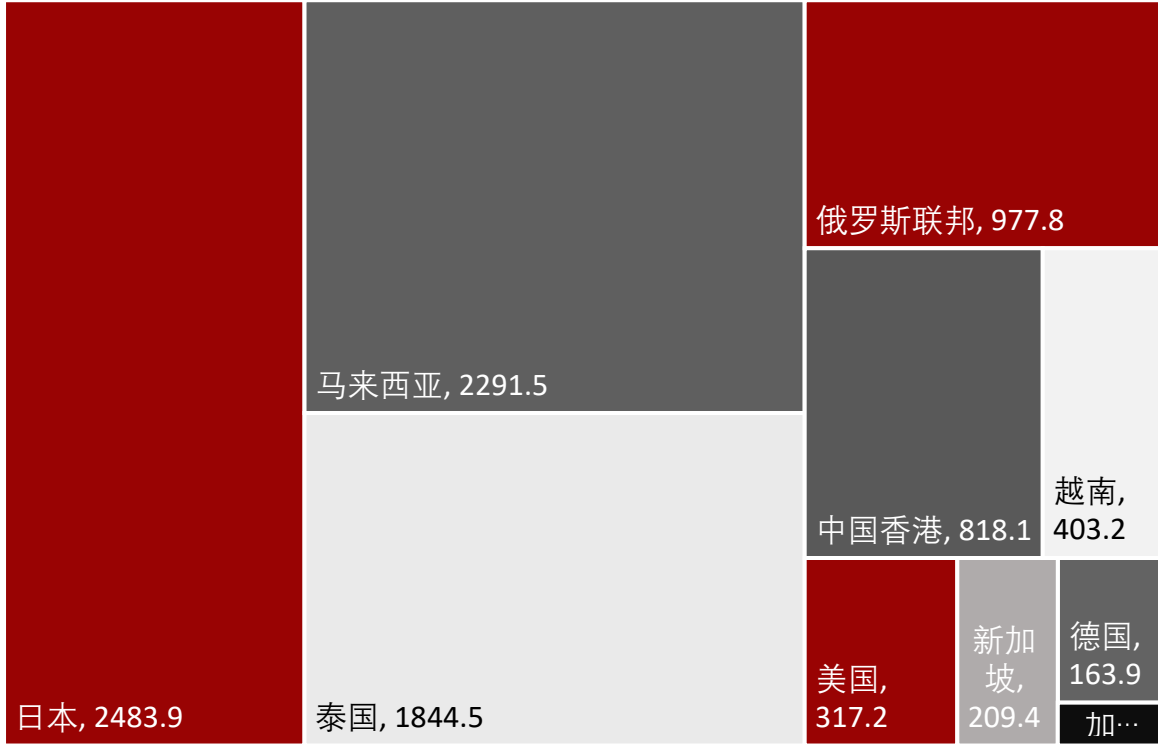
从数据中可以看出，中国乌龙茶的出口额整体呈现波动变化，有增长高峰也有低谷，说明乌龙茶出口受多种因素，如国际市场需求、政策、生产供应等影响，市场表现有起伏，但部分时段出口规模可观，具备较强海外市场竞争力。乌龙茶进口额的数值远低于出口额，且波动较大，反映国内对进口乌龙茶需求小，乌龙茶产业以出口为主要外向经济表现，国内市场以本土供应为主。因出口额持续远大于进口额，乌龙茶贸易长期处于顺差状态，产业在国际市场有一定优势，对经济有正向贡献。

中国乌龙茶行业综述：进出口分析

中国乌龙茶出口主要集中在日本、俄罗斯和泰国等国家地区，这些地区在出口额和出口量上都占据较大优势，可能与当地的茉莉花茶消费习惯、消费需求等因素有关。

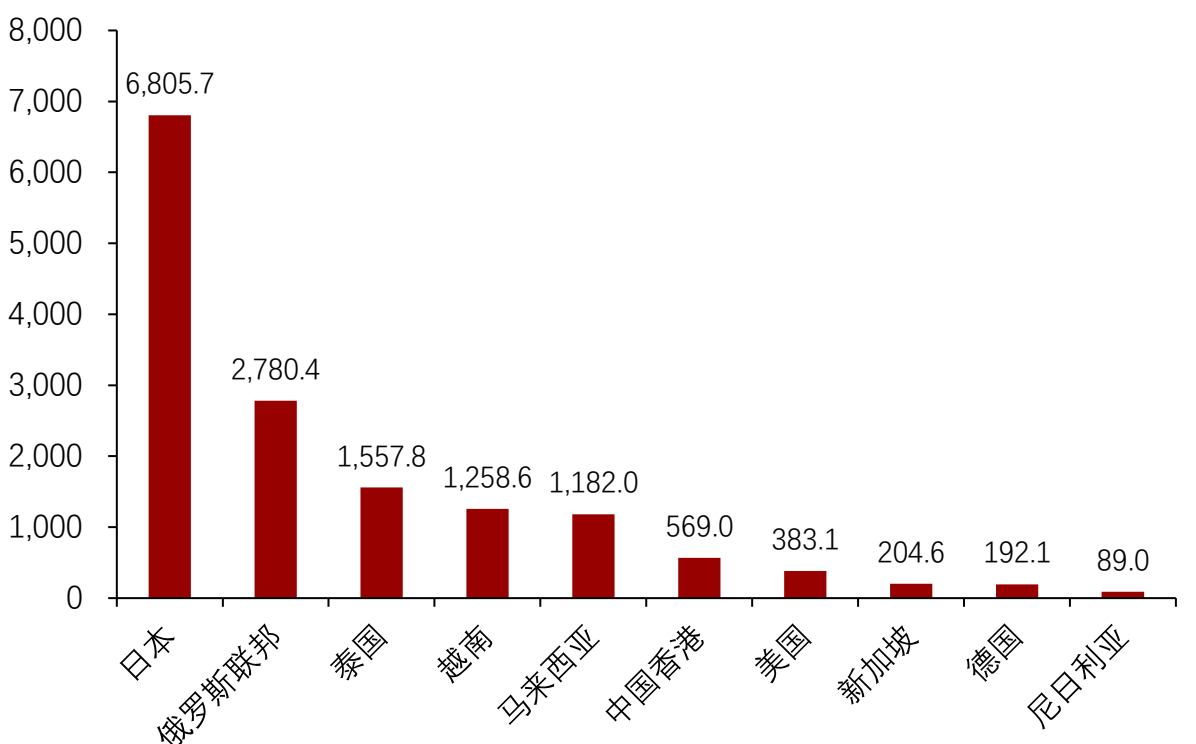
中国乌龙茶出口国家及其出口额，2024.01-2024.12

单位：[万美元]



中国乌龙茶出口国家及其出口量，2024.01-2024.12

单位：[吨]



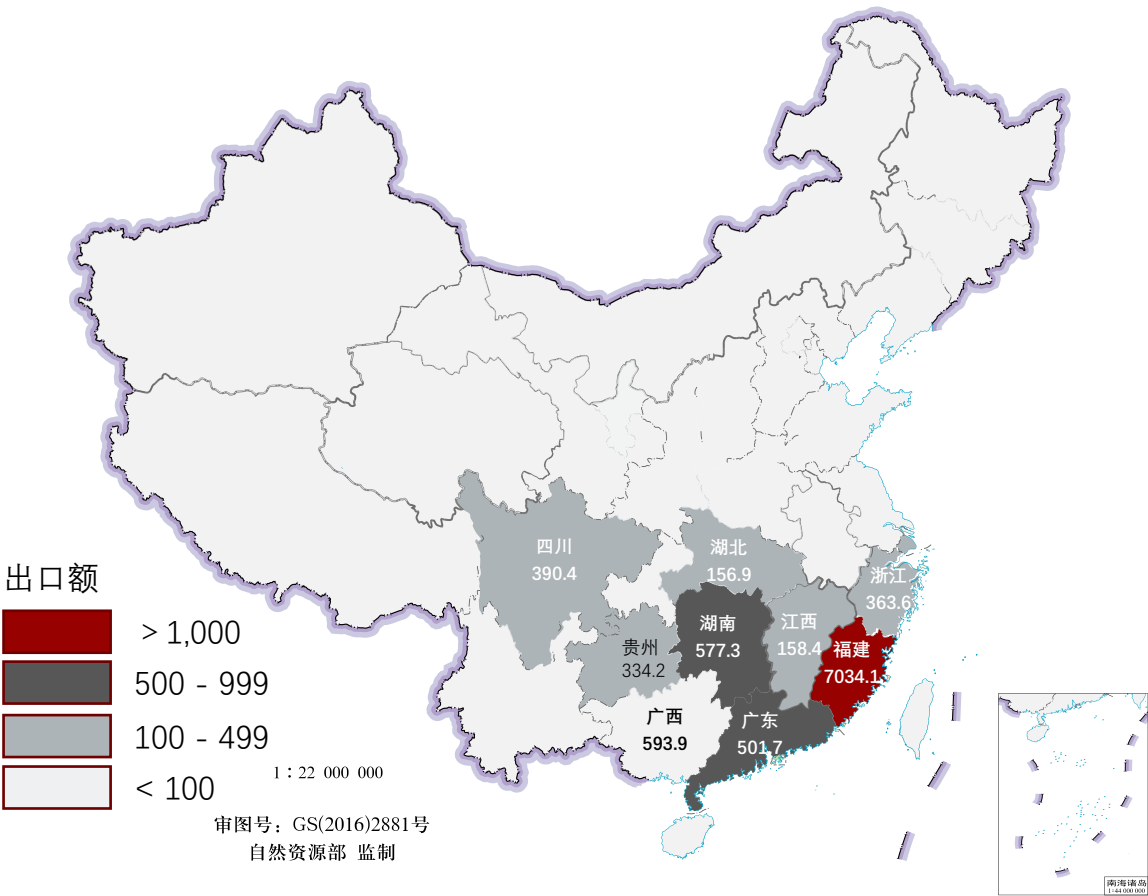
2024年1-12月，日本在茉莉花茶出口领域表现突出，出口额达2483.9万美元、出口量达6805.7吨，两项数据均为各国/地区最高，充分印证日本市场对乌龙茶需求旺盛，是核心海外市场。马来西亚、泰国也展现较强消费力，出口额分别为2291.5万美元、1844.5万美元，在海外销售中占据重要地位。此外，俄罗斯联邦、中国香港等国家和地区也有一定出口量，显示乌龙茶海外市场分布广泛，部分潜力市场虽暂未跻身前列，但具备拓展空间，值得挖掘深耕。

中国乌龙茶行业综述：进出口分析

中国乌龙茶出口存在区域主导的现象，其中，福建在出口额、出口量均居首，是乌龙茶出口核心省份，其数量和金额占据绝对优势和领导地位；浙江、湖南等跟随其后，形成“头部引领+多地协同”格局。

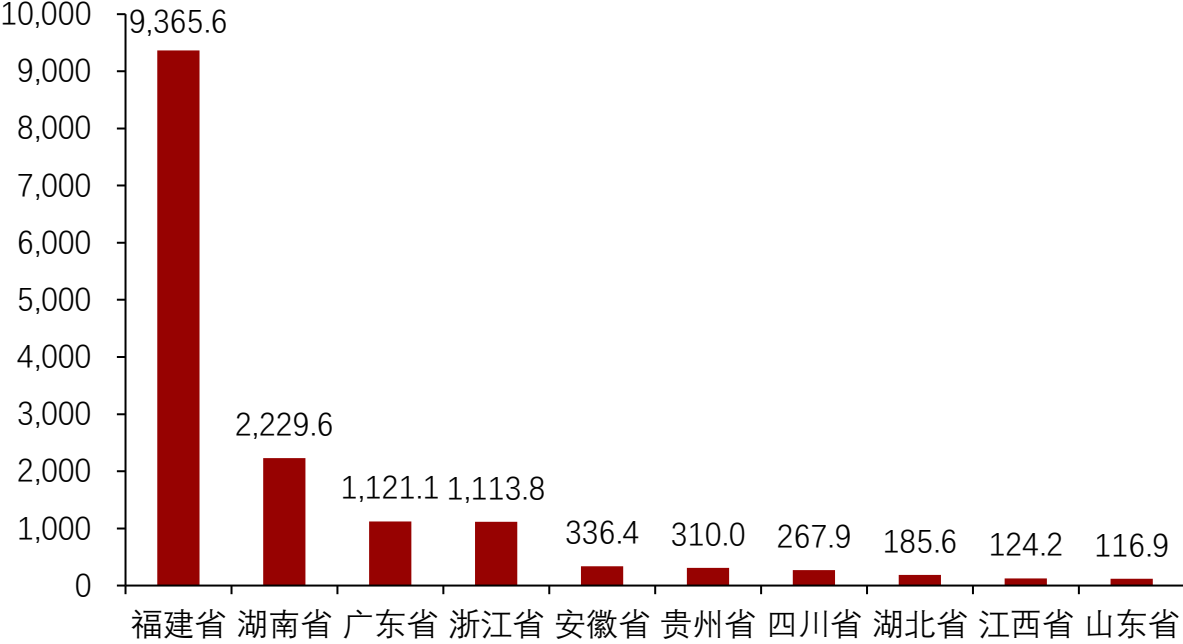
中国各省份乌龙茶出口额，2024.01-2024.12

单位：[万美元]



中国出口乌龙茶前十省份出口量，2024.01-2024.12

单位：[吨]



- ❑ 中国茉莉乌龙茶出口存在区域主导的现象，其中，福建在出口额、出口量均居首，是茉莉花茶出口核心省份，占有绝对优势和领导地位；湖南、广东等位列二三，形成“头部引领+多地协同”格局。此外，浙江，贵州，江西，湖北等省市有稳定出口，这些地区可挖掘特色市场需求，强化区域出口竞争力。
- ❑ 出口也存在一定的产品规格偏好，在乌龙茶两类包装（内包≤3kg、内包>3kg）中，均以内包>3kg为主要出口形态，反映海外市场对大包装乌龙茶需求更集中。

第二章：中国乌龙茶行业生产格局分析

Analysis of Production Structure



行业综述



生产格局分析

- 种植面积
- 产量规模
- 产区分布



产业链分析



发展趋势

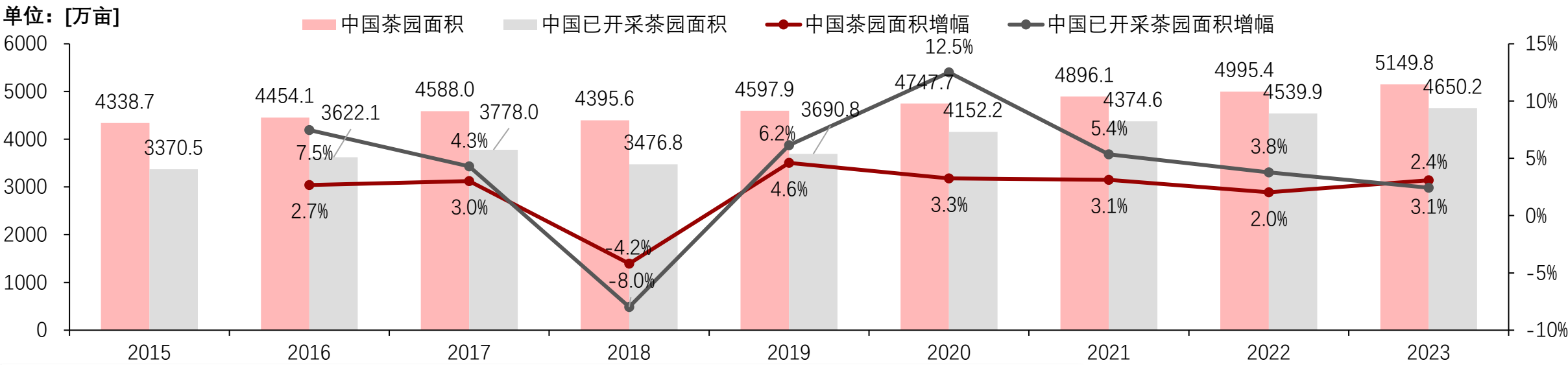


企业分析

中国乌龙茶行业生产格局分析：茶园种植面积

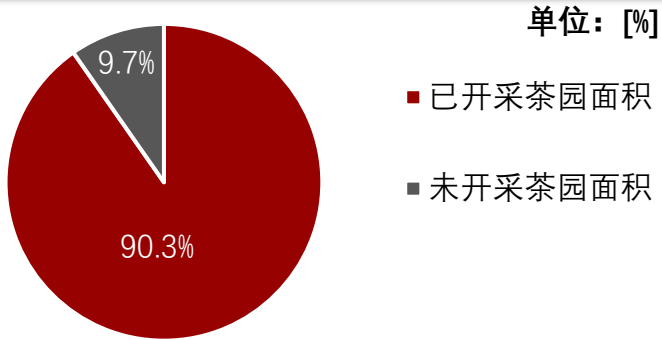
中国茶园总面积呈现出总体增长趋势，前期由于茶叶市场需求的快速扩张，已开采茶园面积显著增长，然而随着开采面积的扩大，未开发土地资源存量减少，茶园市场逐渐趋于饱和，增速趋缓。

中国茶园面积及其增幅，2015-2023年



- 中国茶园总面积呈现出总体增长趋势，2015年为4338.7万亩，到2023年增长至5149.8万亩，年均增速为2%-3%左右。其中，已开采茶园面积从2015年的3370.53万亩增长到2023年的4650.16万亩，整体呈现显著增长趋势，增幅尤为突出的是2020年，达到了12.50%；在2021年及之后增幅逐步放缓，在2023年仅达到2.43%。这可能与茶叶市场需求的快速扩张有关，尤其是在国内外市场的推动下，更多的茶园进入投产阶段；而随着市场趋于饱和，近几年增速趋缓。
- 从未开采茶园面积占比的变化来看，2015年为22.3%，2023年降至9.7%。这说明大部分新开发的茶园已经进入开采阶段，未开采比例呈显著下降趋势。这说明随着开采面积的扩大，市场已趋于饱和，未开发土地资源的存量正在减少，同时新增开采的潜力有限。
- 未来发展趋势来看，随着消费者对饮茶需求及高品质茶叶需求的增加，中国茶园面积可能会继续保持稳步增长，但由于茶园市场已趋于饱和，未来茶园面积增速也会逐渐减缓。并且，已开采面积的增长将更多依赖于高效茶园的改造与高端茶叶品种、优质茶叶品种的推广。

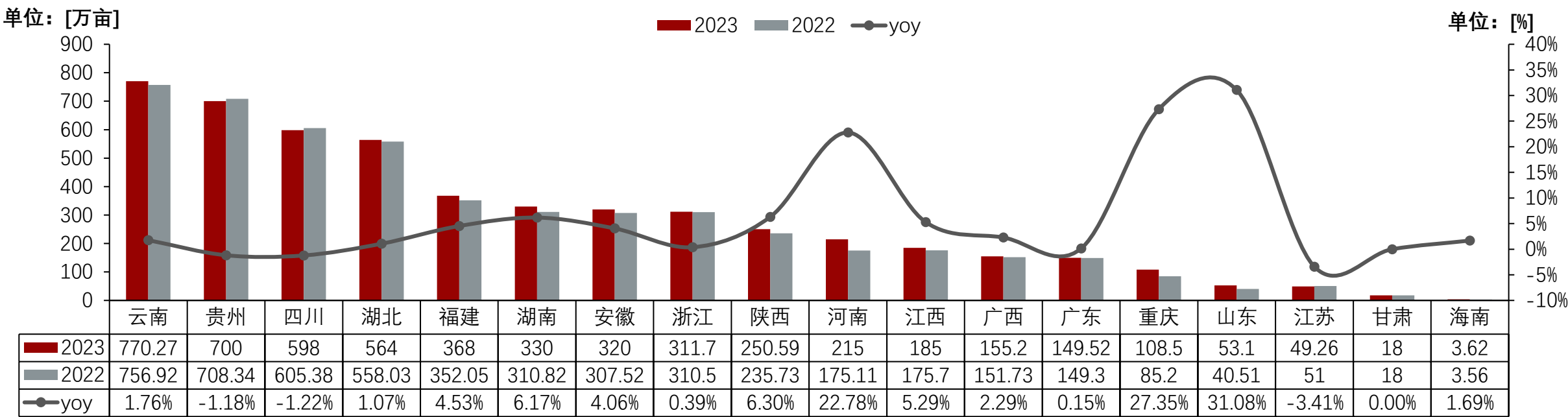
中国已开采和未开采茶园面积占比情况，2023年



中国乌龙茶行业生产格局分析：种植面积

2023年，中国主要产茶省茶园总面积变化情况呈现出多样化的态势，整体呈现出既有增长又有调整的态势；从同比增长率来看，各省份表现差异较大。

中国各主要产茶省茶园总面积，2022-2023年

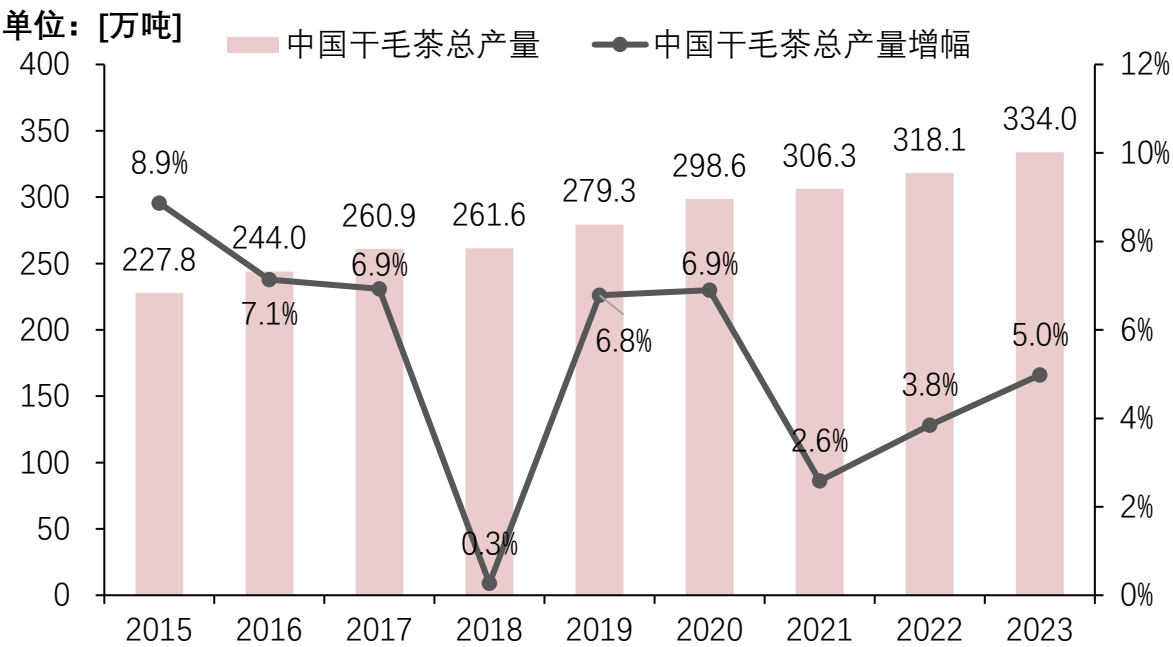


- ❑ 2023 年，中国主要产茶省茶园总面积呈现出多样化的态势。其中，云南省茶园总面积达 770.27 万亩，位居全国首位；贵州以 700 万亩紧随其后；四川、湖北、福建等省份的茶园面积也均在 300 万亩以上。从同比增长率来看，各省份表现差异较大。云南省茶园面积在 2023 年达到 770.27 万亩，较 2022 年增长 1.76%。云南作为我国重要的茶叶产区，具有得天独厚的自然环境优势，适宜茶树生长。其茶园面积的持续增长，一方面得益于当地政府对茶叶产业的重视与扶持，通过推广优良品种、改进种植技术等措施，鼓励茶农扩大种植规模；另一方面，茶叶市场对云南特色茶品（如普洱茶、滇红茶等）的需求稳定且呈上升趋势，也刺激了茶园面积的适度扩张。
- ❑ 从全国主要产茶省茶园总面积数据来看，整体呈现出既有增长又有调整的态势。部分传统产茶大省在维持较大规模茶园面积的基础上，注重质量提升与产业升级，面积增长相对平稳；而一些新兴或处于快速发展阶段的省份，茶园面积增长迅速，反映出茶叶产业在这些地区的扩张趋势。同时，也有少数省份由于产业结构调整或其他原因，茶园面积出现了不同程度的下降。

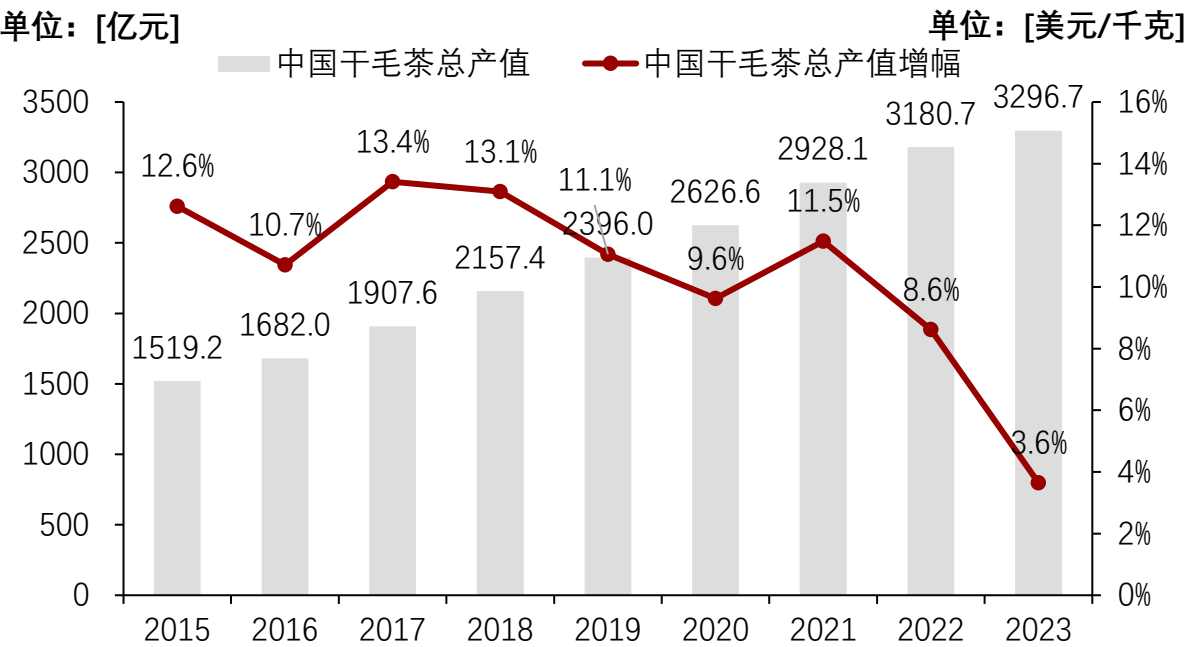
中国乌龙茶行业生产格局分析：产量规模

中国干毛茶总产量从2015年的227.8万吨增长到2023年的334.0万吨，年均增幅在4%-7%左右，干毛茶总产量的持续增长反映了市场上茶叶整体需求在持续增长。

中国干毛茶总产量及其增幅，2015-2023年



中国干毛茶总产值及其增幅，2015-2023年

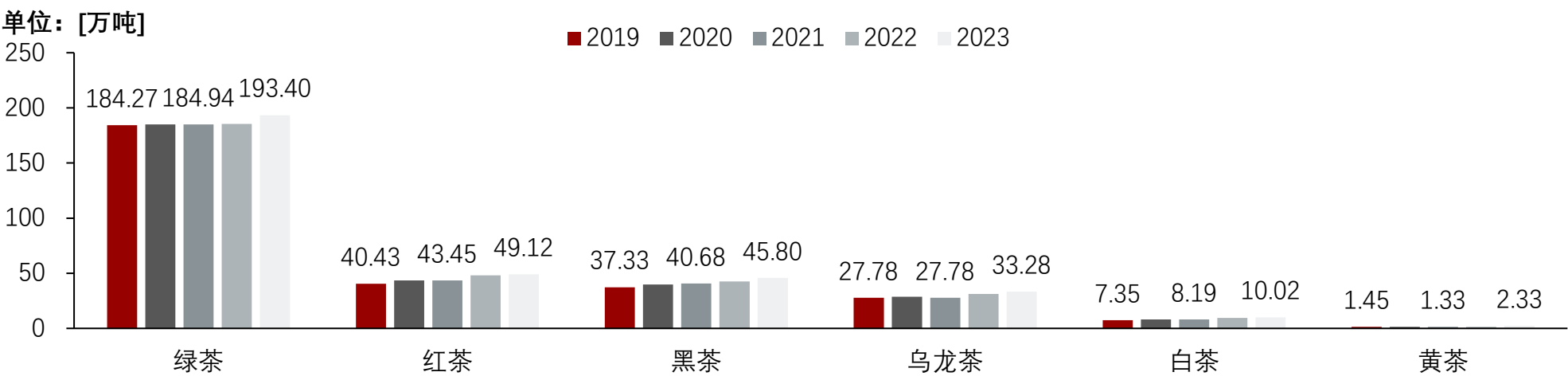


- 中国干毛茶总产量从2015年的227.8万吨增长到2023年的334.0万吨，年均增幅在4%-7%左右，干毛茶总产量的持续增长反映了市场上茶叶整体需求在持续增长，同时也导致了整体茶叶原料供应较充足。2020年后，增幅明显下降，尤其是2021年的增幅仅为2.6%。这反映出产量增长的边际效应在递减。这可能是由于茶园开采土地资源限制、气候条件变化，以及劳动力成本上升等原因造成。
- 茶叶总产值从2015年的1519.2亿元增长到2023年的3296.68亿元，总体呈现快速增长态势，特别是在2015-2020年期间，年均增幅超过10%。这一趋势主要得益于茶叶市场价格的提升以及高附加值产品的推广。尽管茶叶总产值持续增长，但从2022年起，增幅开始放缓，2022-2023年增幅下降至3.65%，表明茶叶总产值的增长速度已经放缓。这表明市场价格上涨的空间有限，尤其是在整体经济增速趋缓和消费升级压力下，白茶可能面临价格增长放缓甚至价格竞争的局面。
- 未来茶叶总产值的提升将主要依赖于高端市场的开拓、品牌化经营的加强，以及出口市场的扩展。同时，国家对茶叶产业的支持政策也将在一定程度上刺激茶叶经济的发展。

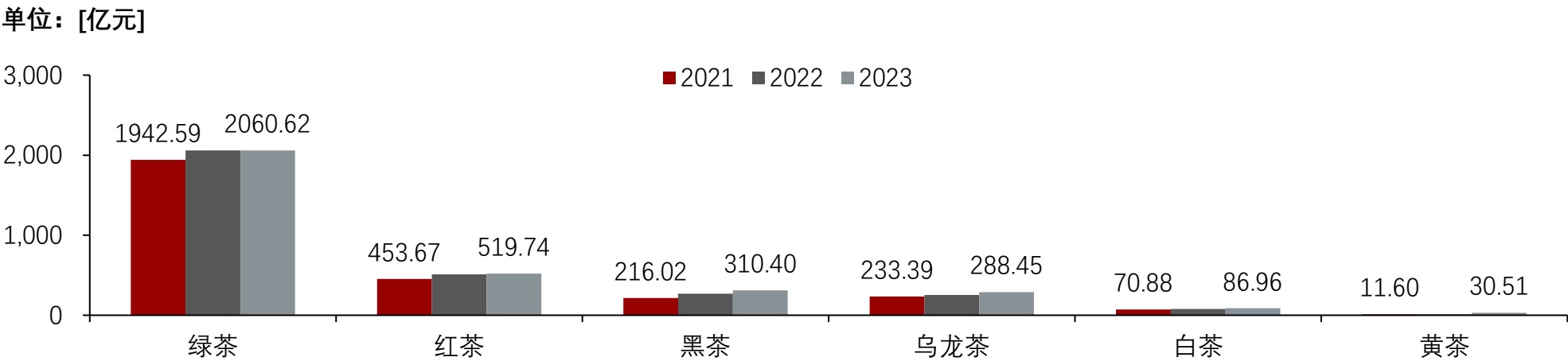
中国乌龙茶行业生产格局分析：产量规模

乌龙茶在产量和产值上均呈现稳健增长趋势，这主要是消费者对乌龙茶的稳定需求，乌龙茶逐渐从大众市场走向更为成熟的高端化消费领域，其品质和特色都得到市场认可。

中国干毛茶产量（按六大茶类分），2019-2023年



中国干毛茶产值（按六大茶类分），2021-2023



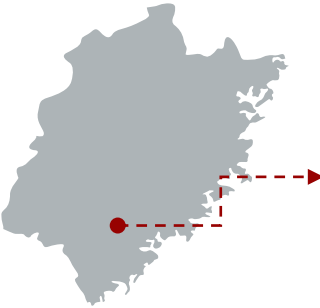
- 从中国干毛茶产量变化可知，绿茶产量和产值都常年稳居第一，年产量在2019-2023年持续增长，显示出绿茶在中国茶叶生产中的主导地位；而红茶虽然产量占比虽不及绿茶但也紧随其后，红茶、黑茶和乌龙茶产量增长相对稳定；而黄茶的产量增长相对缓慢。
- 乌龙茶在产量和产值上均呈现增长趋势，这主要是消费者对乌龙茶的需求持续提升，乌龙茶逐渐从大众市场走向更为成熟的消费领域，其品质和特色得到市场认可。

来源：中国茶叶流通协会，头豹研究院

中国乌龙茶行业发展综述：产区分布

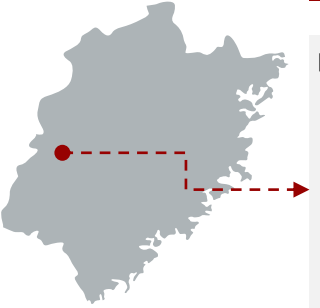
中国的乌龙茶生产以福建安溪、福建武夷山、广东潮州、云南腾冲等产区为核心，多个产区凭借丰富的自然资源与优越的地理环境，逐渐形成了各具特色的乌龙茶产区。

中国乌龙茶行业主要产区分布，截至2025年5月



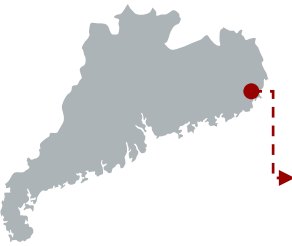
福建·安溪铁观音

□ 安溪铁观音是安溪特产，中国国家地理标志产品。安溪是铁观音的发源地，已有300多年历史，被誉为“中国乌龙茶之乡”。铁观音位列中国十大名茶，在清代曾是贡茶，如今仍是闽南乌龙茶的代表。茶条卷曲，砂绿油润，汤色金黄透亮，香气馥郁，带有“观音韵”，滋味醇厚回甘。安溪县政府大力扶持茶产业，推广生态茶园建设，实施“茶产业提升计划”，并举办“安溪铁观音茶王赛”等活动，提升品牌影响力。



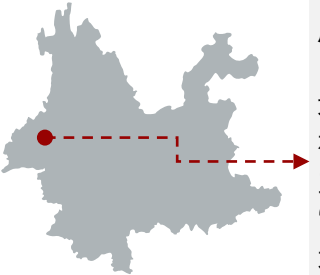
福建·武夷山大红袍

□ 武夷山大红袍是武夷山特产，中国国家地理标志产品。武夷山是乌龙茶和红茶的发源地，大红袍素有“茶中之王”美誉，清代即为皇家贡茶。武夷岩茶制作技艺被列入国家级非物质文化遗产。干茶条索紧结，色泽乌润，汤色橙红明亮，具有独特的“岩韵”，香气浓郁持久，带有炭火香或花果香。武夷山实施“武夷岩茶品牌保护工程”，严格控制产地认证，打击假冒伪劣，并推动“茶旅融合”，发展茶园观光、茶文化体验等产业。



广东·潮州凤凰单丛

□ 凤凰单丛是潮州特产，中国国家地理标志产品。潮州凤凰山是单丛茶的核心产区，宋代已有种茶记载，明清时期已远销海外。凤凰单丛以“一树一香”闻名，香型多达上百种。茶叶条索紧结，色泽乌褐油润，汤色金黄明亮，香气高锐持久（如蜜兰香、芝兰香等），滋味醇爽回甘。潮州市推动“凤凰单丛茶产业振兴计划”，加强原产地保护，推广标准化生产，并举办“国际潮州凤凰单丛茶文化节”，提升品牌价值。



云南·腾冲极边乌龙茶

腾冲极边乌龙茶是云南特色茶种，以“高海拔雪地茶园”特色闻名。2005年由台商引入腾冲高黎贡山区，依托火山灰土壤和海拔2100米以上气候，形成独特花果香，现为当地乡村振兴支柱产业。茶叶为半发酵工艺，汤色金黄清澈，带兰花香和蜜香，口感醇厚回甘，含丰富茶多酚。政府推动“绿色生态万亩茶园”建设，整合茶旅资源，打造明光镇乌龙坝等示范产区，配套加工厂和硬化道路。

第三章：中国乌龙茶行业产业链分析

Industry Chain



行业综述



生产格局分析



产业链分析

- 产业链图谱
- 产业链分析



发展趋势



企业分析

中国乌龙茶行业产业链分析：产业链图谱

中国乌龙茶行业的产业链上游环节包括茶叶原料供应商、茶叶种植基地及种植合作社，同时涵盖茉莉花茶加工设备的供应商；中游环节主要涉及加工制造过程；下游环节则主要是销售渠道和终端消费者。

中国乌龙茶产业链图谱

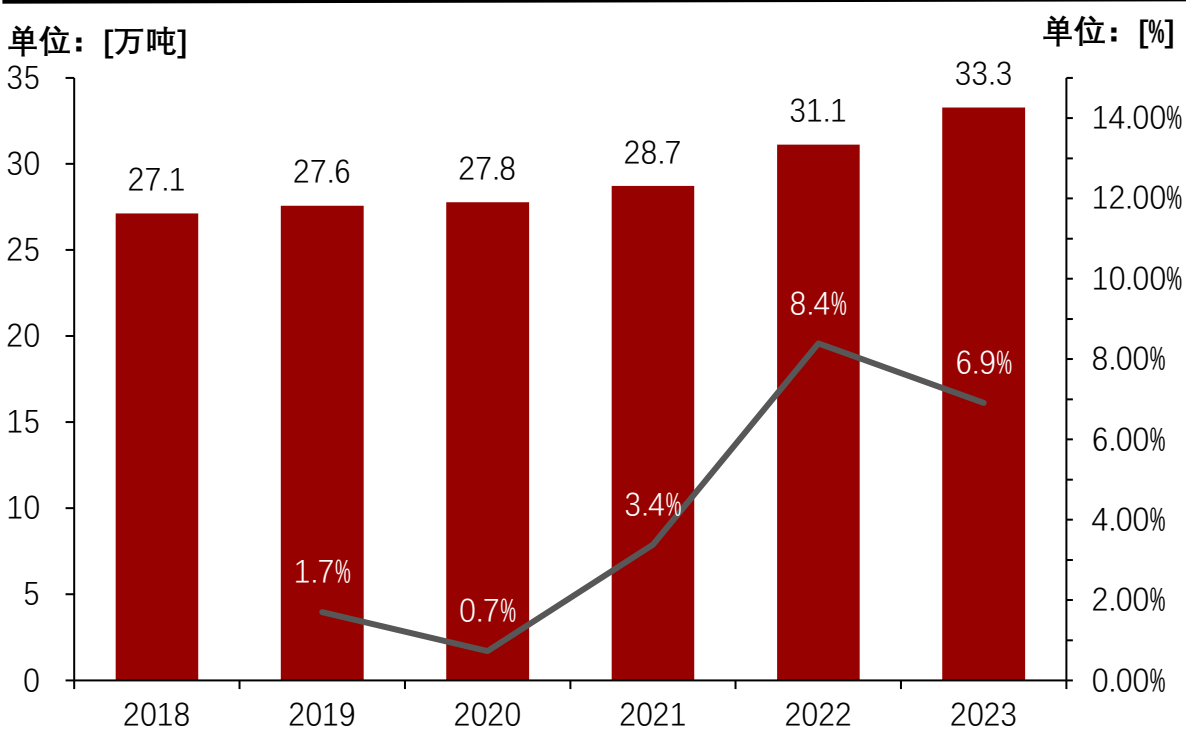


来源：头豹研究院

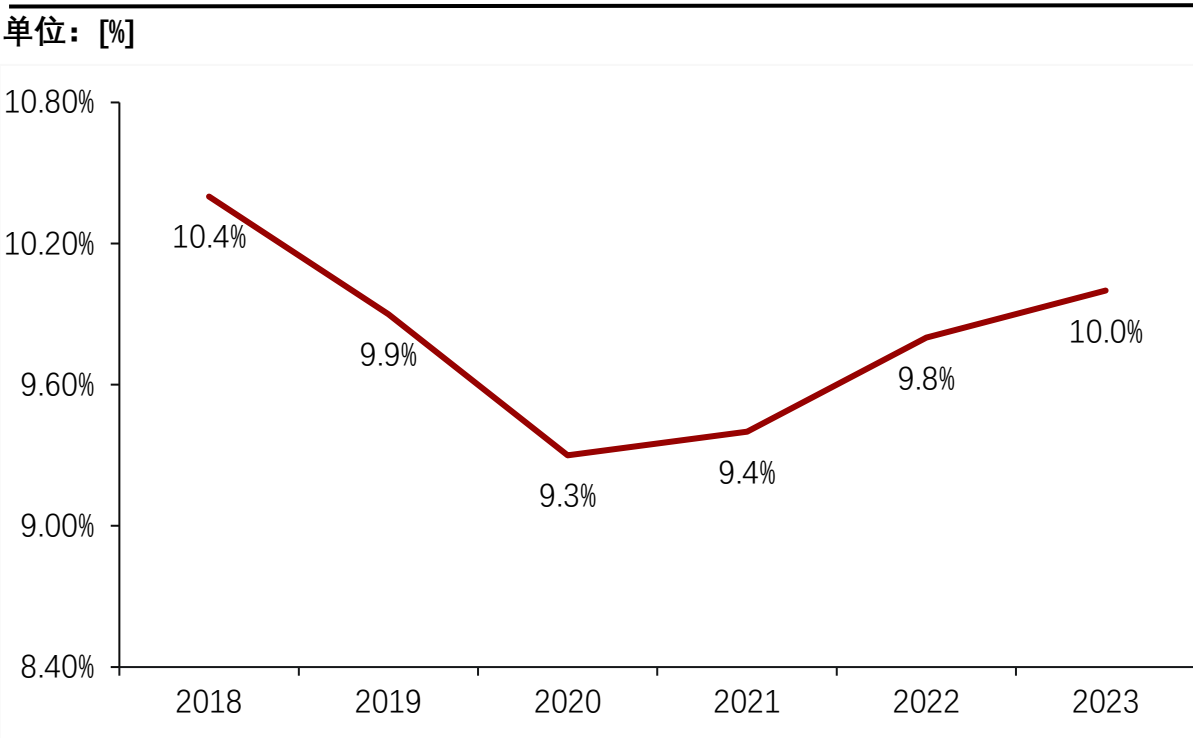
中国乌龙茶行业产业链中游环节：茶叶生产

2018-2023年期间，中国乌龙茶产量呈现持续增长态势，尤其自 2020 年起增幅显著提升。这一趋势充分表明乌龙茶行业在产业供给端的规模正不断扩大，未来发展潜力巨大。

中国乌龙茶产量及其增幅，2018-2023



中国乌龙茶占茶叶总产量比重，2018-2023

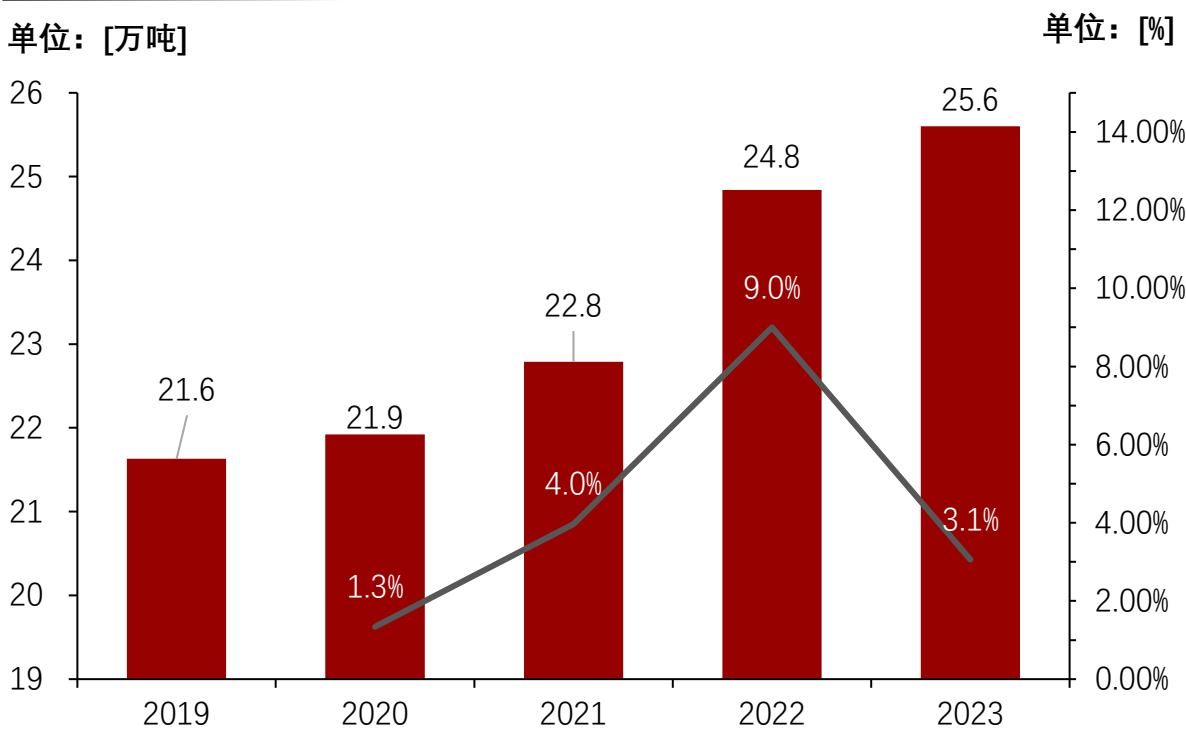


- ❑ 2018-2023年中国乌龙茶产量呈逐年递增态势，其中2021年起增幅显著提升，2022年同比增幅达8.39%的峰值，2023年虽略有回落但仍保持较高增速，产量实现持续扩张。这一趋势充分印证了产业整体发展态势向好，尤其是2020年后行业深度融合电商渠道与新式茶饮业态，焕发出全新发展活力，未来增长潜力值得期待。
- ❑ 从市场份额来看，2018-2023年乌龙茶占中国茶叶总产量的比重稳定在10%左右。其中2018-2020年占比经历小幅回调，自2020年起逐步回升，既体现了中国茶叶整体市场的扩容态势，也反映出乌龙茶行业的复苏动能。特别是2020年后，随着新茶饮模式与茶旅融合发展等新机遇的涌现，乌龙茶产业规模持续扩大，未来市场份额有望进一步提升，推动市场规模持续扩容。

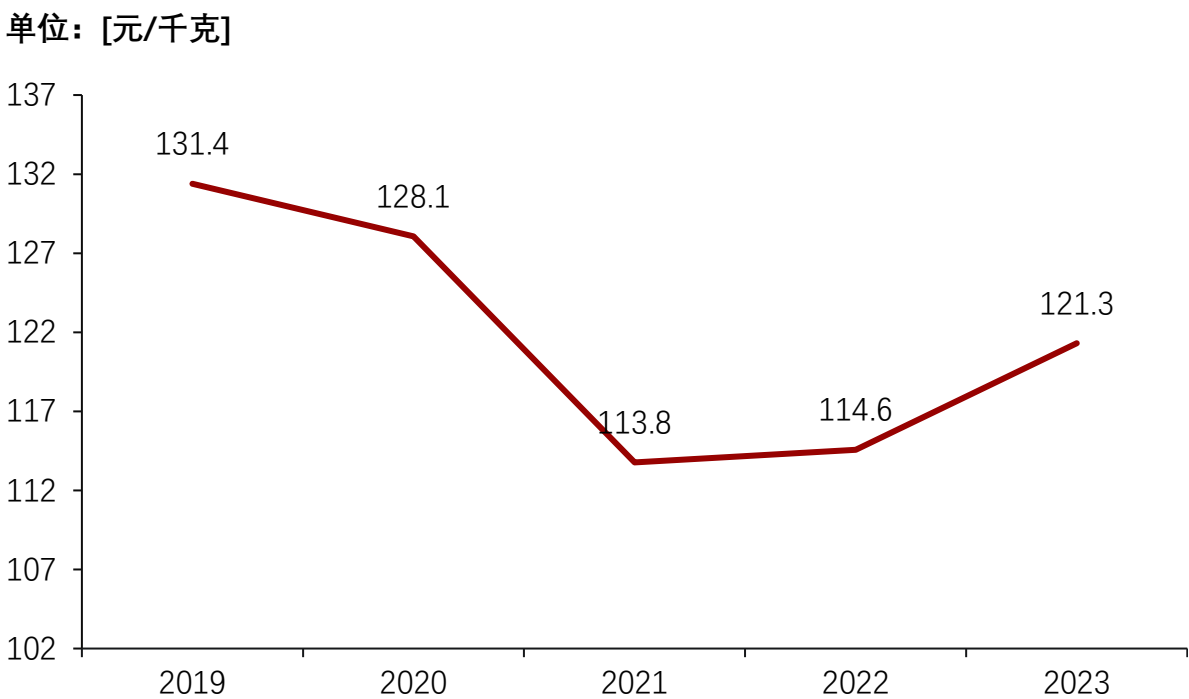
中国乌龙茶行业产业链下游环节：乌龙茶销量

2019-2023年乌龙茶销量逐年递增，2022年增幅达到峰值9.00%。一方面源于乌龙茶产量逐年递增，供给端持续扩大，另一方面也反应消费者需求的提高。

中国乌龙茶销量变化及其增幅，2019-2023



中国乌龙茶销售单价变化，2019-2023



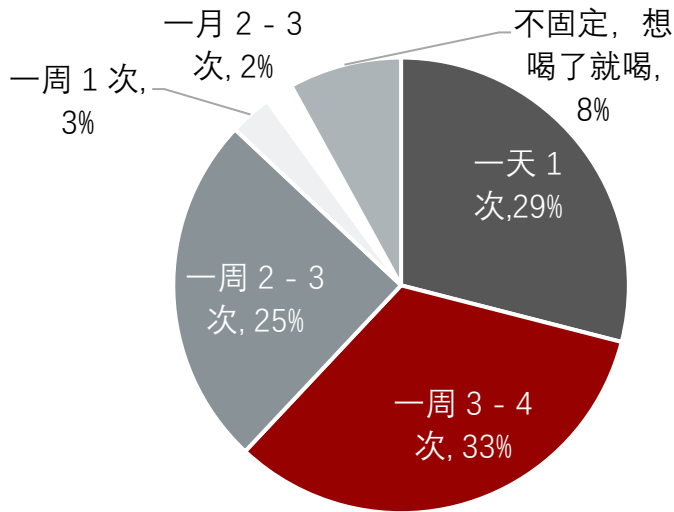
- ❑ 2019-2023年乌龙茶销量逐年递增，2022年增幅达到峰值9.00%。一方面源于乌龙茶产量逐年递增，供给端持续扩大，另一方面也反应消费者需求的提高。这源于新茶饮和茶旅融合的蓬勃发展，给乌龙茶行业注入新的活力。在未来有望消费需求持续扩大，销量保持上升态势，乌龙茶市场蓬勃发展。
- ❑ 自从2019-2023年乌茶均价有所回调，在2021年后均价逐年上升，2022年-2023年增幅上升。这反映了乌龙茶市场的波动趋势，但是2021年后有所回暖，在未来销售单价有望进一步提高，乌龙茶进一步进军高端茶饮市场。

中国乌龙茶行业产业链下游环节：消费需求

在中国，大部分消费者有较为规律的饮茶习惯，而且女性相对男性有更规律和更频繁的饮茶习惯。企业可以根据饮茶习惯和性别差异，针对性地开发产品和营销策略。

中国消费者饮茶频次，2024年

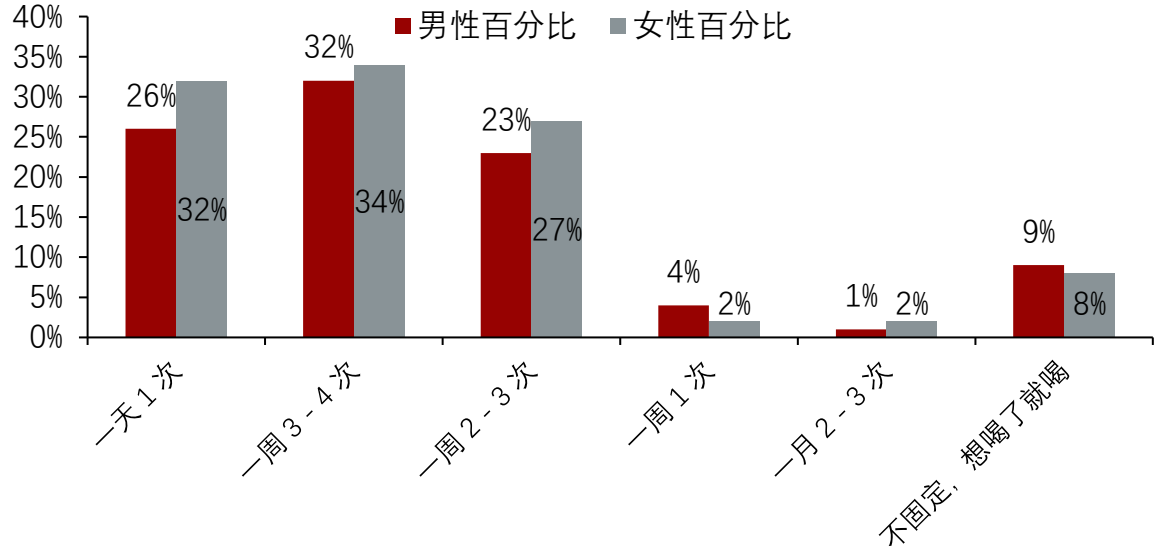
单位：[%]



- 根据调查数据，每周饮茶3-4次的消费者占比最高，达到33%。其次是每周饮茶2-3次的消费者，占比为25%。每天饮茶一次的消费者占比为29%，也占有较大比例。而每周饮茶一次、每月饮茶2-3次以及饮茶频次不固定的消费者占比较少，分别为3%、2%和8%。
- 这表明大部分消费者有较为规律的饮茶习惯，且集中在每周2-4次的频率。茶叶企业可以针对这部分消费者的饮茶频率，设计合适的产品包装和促销策略来抢占消费市场，例如推出适合一周饮用的茶包组合等。

中国消费者饮茶频次（按性别分），2024年

单位：[%]



- 在不同性别消费者饮茶频次方面，女性消费者在“一天一次”“一周3-4次”和“一周2-3次”这三个频次上的比例均高于男性。其中，女性每天饮茶一次的比例为32%，男性为26%；女性每周饮茶3-4次的比例为34%，男性为32%；女性每周饮茶2-3次的比例为27%，男性为23%。然而，男性在“一周一次”和“不固定，想喝了就喝”这两个频次上的比例高于女性。男性每周饮茶一次的比例为4%，女性为2%；男性饮茶频次不固定的比例为9%，女性为8%。
- 这表明女性相对男性有更规律和更频繁的饮茶习惯。茶叶商家可以根据性别差异，针对性地开发产品和进行营销。

第四章节：中国乌龙茶行业发展趋势

Industry Trend



行业综述



生产格局分析



产业链分析



发展趋势

□ 发展趋势

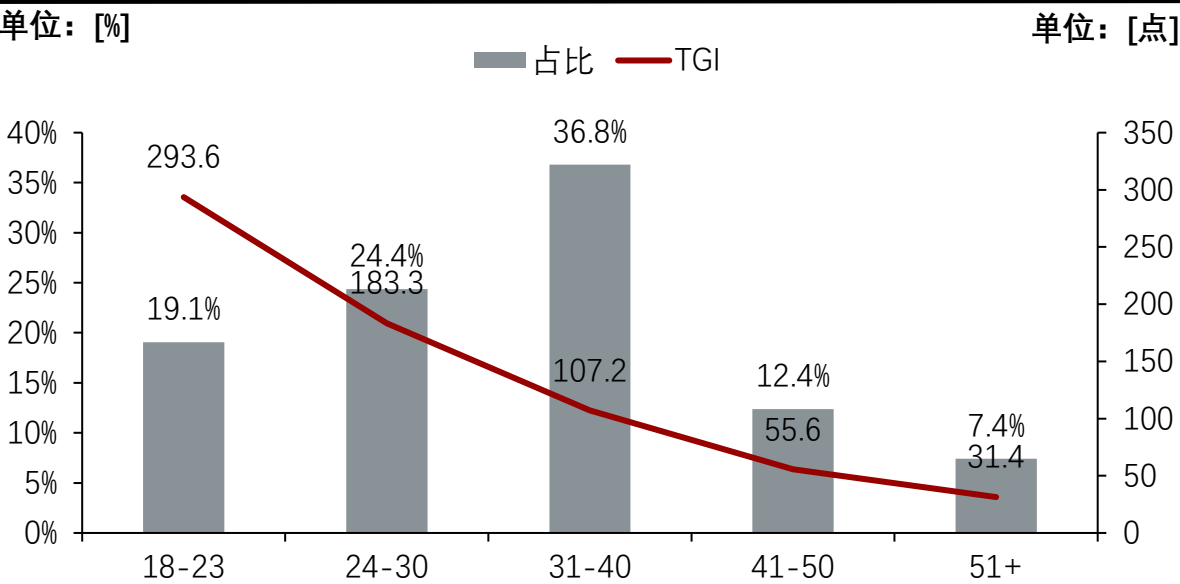


企业分析

中国乌龙茶行业发展趋势

乌龙茶行业呈现“科技赋能生产全链条、绿色生产与标准升级、茶旅融合加速和市场多元化”等趋势，未来需在技术创新、品牌国际化和年轻消费群体培育上持续发力，以应对同质化竞争和外部市场波动。

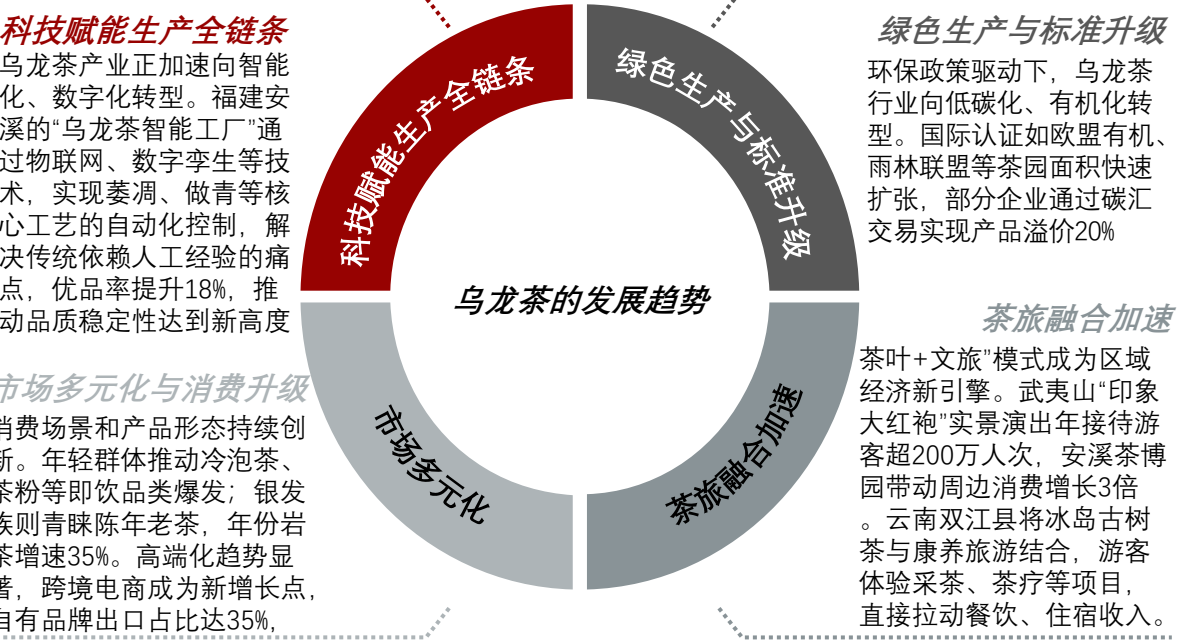
抖音平台乌龙茶消费者偏好年龄分布，2024.12-2025.05



- ❑ 18-23岁群体占比19.1%，TGI达293.6，年轻群体对乌龙茶接受度高，追求时尚、健康，注重产品颜值与社交属性；31-40岁群体占比36.8%，为消费主力，有一定消费能力与饮茶习惯，关注品质与口感；随年龄增长，占比递减但TGI下降相对平缓，说明各年龄段均有稳定消费群体，中老年群体消费偏好相对传统、稳定。受健康饮食趋势影响，消费者重视乌龙茶天然、健康属性，关注原料、工艺，对添加剂敏感，追求低糖、低脂等产品，契合养生需求。
- ❑ 场景与用途多元：日常饮用、社交馈赠等场景普遍，新茶饮发展让其成为年轻群体时尚选择，还拓展出茶食品、文创等关联消费。
- ❑ 品牌与文化偏好：普遍认可地理标志产品、老字号品牌，关注非遗工艺等文化内涵，对有文化故事、品牌形象鲜明的产品更青睐，利于企业借文化赋能营销。

来源：巨量算数，头豹研究院

乌龙茶的发展趋势



乌龙茶行业呈现“科技赋能生产全链条、绿色生产与标准升级、茶旅融合加速和市场多元化”等趋势，未来需在技术创新、品牌国际化和年轻消费群体培育上持续发力，以应对同质化竞争和外部市场波动。激烈的市场竞争将促使行业整合加速，优势企业通过并购、合作等手段扩大规模 and 市场份额，提升市场集中度。未来乌龙茶企业拓展线上渠道，利用社交媒体、直播电商等新兴手段，开展营销活动，触达年轻消费者群体，提升品牌影响力。

第五章节：中国乌龙茶行业企业分析

Company Profile



行业综述



生产分析



产业链分析



发展趋势



企业分析

- 品牌概览
- 曦瓜
- 天池茶叶
- 八马茶业



中国乌龙茶市场主要竞争者概览（1/2）

中国乌龙茶市场竞争格局呈现“传统品牌主导、新兴品牌崛起、跨界企业入局”的三元结构。线上渠道加速渗透，消费升级推动品质化、健康化趋势，行业集中度持续提升。

中国乌龙茶品牌，2025年

主要品牌名称	成立年份	简介
华祥苑（华祥苑茶叶股份有限公司） 	2001年	福建安溪制茶世家创立，布局八大茶庄园，三度成为国礼茶。首创“茶庄园标准体系”，全国门店超4300家，2024年发射茶企首颗卫星监测茶园
孝文家茶（福州孝文家茶叶有限公司） 	2011年	武夷岩茶制茶世家陈氏创立，专注正岩大红袍和牛栏坑肉桂，以“家茶”理念传承古法工艺，产品屡获茶王赛金奖，品牌文化融合传统孝道
曦瓜（武夷山香江茶叶有限公司） 	2006年	武夷岩茶代表品牌，拥有“三坑两涧”核心产区3000亩茶园，首创“海西一号”等标杆产品。母树大红袍守护者，茶旅融合项目“武夷香江茗苑”为国家4A景区
凤山（福建安溪铁观音集团股份有限公司） 	1952年	中国乌龙茶行业历史最悠久的企业，“凤山牌”铁观音1982-1996年蝉联国家金质奖。首创乌龙茶机械化生产标准，拥有7000亩自有基地，产品远销海外。
天福茗茶（漳州天福茶叶有限公司） 	1993年	台商李瑞河创立，全球超1400家直营店，首家茶企香港上市(2011年)。融合生产、教育、旅游全产业链，建成茶博物院及茶学院，获“中国驰名商标”
日春茶（日春股份公司） 	1993年	铁观音发源地安溪西坪镇王氏家族创立，首创“真不二价”销售原则，全国100%自营连锁。建成“全球最大盖碗”造型的观音韵科普馆，拥有国家级技能大师工作室

来源：各乌龙茶品牌企业官网，头豹研究院

中国乌龙茶市场主要竞争者概览（2/2）

中国乌龙茶市场竞争格局呈现“传统品牌主导、新兴品牌崛起、跨界企业入局”的三元结构。线上渠道加速渗透，消费升级推动品质化、健康化趋势，行业集中度持续提升。

中国乌龙茶品牌，2025年

主要品牌名称	成立年份	简介
天池茶叶（广东天池茶叶股份有限公司） 	2002 年	专注凤凰单丛茶，拥有乌岽山海拔1000米以上1500亩有机茶园，2016年成为单丛茶行业首家新三板上市企业，主打“七彩系列”等高香型乌龙茶
海堤（厦门茶叶进出口有限公司） 	1954年	中粮集团旗下老字号，以“香高味醇、安全卫生”著称，外销全球40余国。独创“海堤红”等经典产品，建立茶叶质量全程追溯体系，是潮汕人日常饮用的“茶米”
八马茶业（八马茶业股份有限公司） 	1997 年	综合性的茶叶连锁品牌，除主营乌龙茶外，也有茉莉花茶产品。通过现代化生产设备和数字化销售模式，逐步成为国内茶叶行业的重要企业，在全国多地设有门店。
闽榕（闽榕茶业有限公司） 	2011 年	农业产业化国家重点龙头企业，武夷岩茶行业标杆品牌。拥有母树大红袍管理权，建立“99道品质标准”体系，产品远销全球并多次服务国际活动（如上海世博会）。连续23年大红袍销量领先，品牌价值超百亿
天福茗茶（天福（開曼）控股有限公司） 	2001 年	农业产业化国家重点龙头企业，武夷岩茶行业标杆品牌。拥有母树大红袍管理权，建立“99道品质标准”体系，产品远销全球并多次服务国际活动（如上海世博会）。连续23年大红袍销量领先，品牌价值超百亿
艺福堂（杭州艺福堂茶业有限公司） 	2009 年	扎根铁观音发源地安溪，以电商销售为特色，集种植、加工、文化传播于一体。主打“精致优品”理念，通过有机化种植（如“豆浆施肥”技术）提升茶叶品质，成为当地电商龙头企业之一。

来源：各乌龙茶品牌企业官网，头豹研究院

中国乌龙茶品牌案例分析：曦瓜

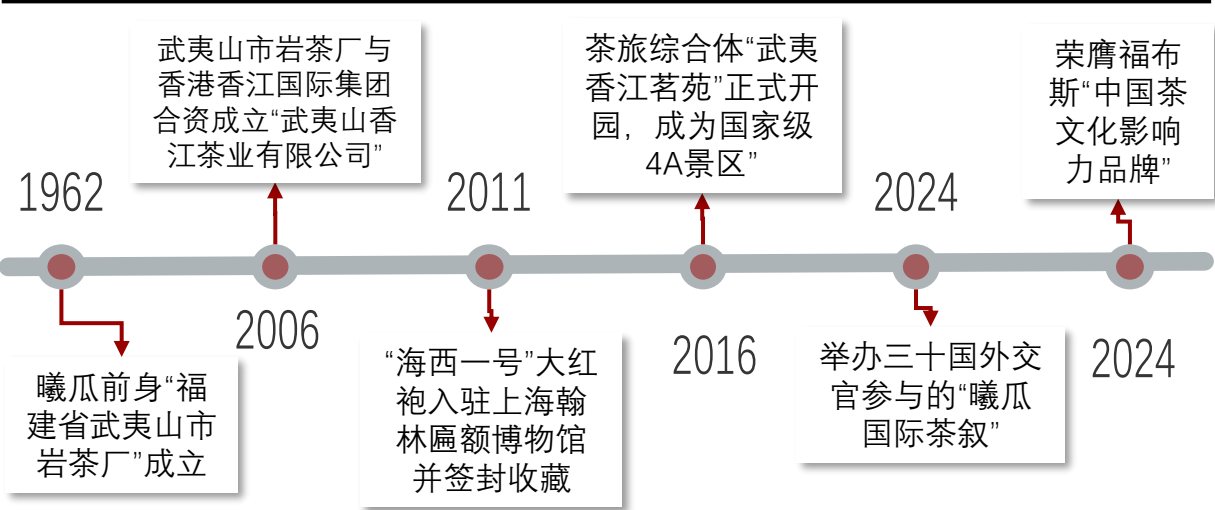
曦瓜是武夷岩茶标杆品牌。企业拥有3000亩核心茶园，传承大红袍非遗技艺，融合现代科技，荣膺福布斯“中国茶文化影响力”品牌。

曦瓜基本信息

品牌简称	曦瓜
所属企业	武夷山香江茶叶有限公司
企业总部	福建省武夷山市
企业简介	曦瓜是武夷岩茶标杆品牌，前身为1962年成立的国营福建省武夷山市岩茶厂，2006年正式注册品牌。企业拥有3000余亩核心茶园（含“三坑两涧”正岩产区），传承大红袍非遗技艺，并融合现代科技。旗下“武夷香江茗苑”为国家4A级茶旅景区，产品涵盖大红袍、肉桂、水仙等，远销海内外，曾以20克母树大红袍拍出16.6万港币的纪录



曦瓜发展大事件，2002-2024年



曦瓜核心竞争力

1

曦瓜独家掌控武夷山核心产区“三坑两涧”3000亩优质茶园，特别是内鬼洞珍稀茶树基因库，拥有铁罗汉、醉贵妃等濒危名丛母树资源。使其产品从源头就具备不可复制的“岩骨花香”特质，成为高端岩茶市场的稀缺性标杆。

正岩基因垄断

2

在国家级非遗传承人刘安兴带领下，曦瓜将传统炭焙、摇青等玄妙工艺分解为可量化标准，这种“古法新作”模式既保留了手工制茶的精髓，又实现了品质的稳定可控，让每一泡茶都兼具传统韵味与现代品控保障。

非遗工艺革新

3

曦瓜突破传统茶企营销模式，通过“壹号茶会”等高定品鉴会锁定精英圈层，与万事利等奢侈品牌跨界联名重塑东方美学，4A级景区“香江茗苑”打造沉浸式消费场景，成功塑造了中国茶行业的首个奢侈级品牌形象。

茶界奢侈品牌

曦瓜代表产品

曦瓜壹号

金罐系列

名岩系列

中国乌龙茶品牌案例分析：天池茶叶

天池茶叶是专注于凤凰单丛茶的现代化农业企业，2016年在新三板上市，成为首家在单丛茶行业上市的企业。公司融合传统工艺和科技打造“七彩系列”高香型乌龙茶，推动潮州功夫茶文化传播。

天池茶叶基本信息

品牌简称	天池茶叶
所属企业	广东天池茶叶股份有限公司
企业总部	广东潮州
企业简介	广东天池茶业成立于2002年，是专注凤凰单丛茶的现代化农业企业，拥有乌岽山海拔1000米以上的1500亩有机茶园，通过欧盟有机认证。2016年成为单丛茶行业首家新三板上市企业，以“保质量、创品牌”为理念，产品远销20多个国家。公司融合传统工艺与科技，打造“七彩系列”等高香型乌龙茶，并动潮州工夫茶文化传播



天池茶叶核心竞争力

1

公司拥有粤东地区海拔最高、规模最大的有机单丛茶种植基地。茶园严格遵循有机种植标准（人工除草、物理除虫、零农药化肥），并通过国家农业部有机认证及欧盟出口标准检测，确保茶叶品质纯净、香气高扬且富含山韵。

高山有机茶园的核心产区优势

2

天池茶业通过自主研发和技术合作，解决了单丛茶加工中的关键难题。此外，公司成立天池单丛茶研究中心，联合高校专家团队推动工艺创新，如充氮保鲜包装、标准化生产线等，既保留传统炭焙工艺的韵味，又实现规模化生产

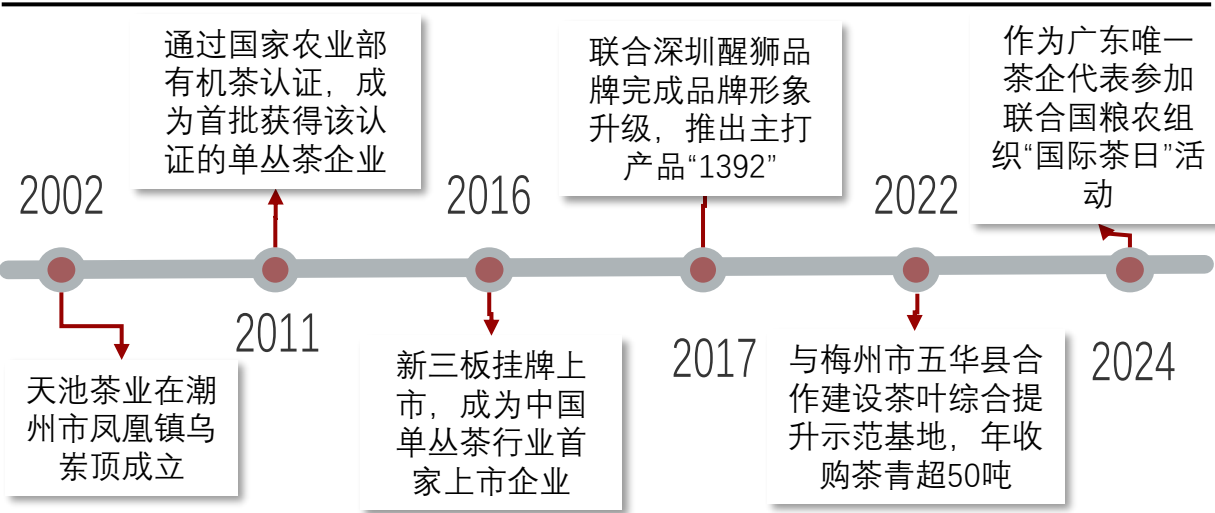
科技创新与传统工艺的深度融合

3

天池茶业以“1392”高端子品牌为核心构建多品牌矩阵。同时，公司积极布局茶旅融合，将茶园打造为“广东最美茶园”及3A级景区，推出采茶体验、茶文化研学等项目。在营销上，通过直播带货、异业合作等新渠道，扩大品牌影响力。

品牌化运营与茶旅融合的差异化策略

天池茶叶发展大事件，2002-2024年



天池茶叶品牌优势

品牌优势	内容
核心产区资源独占	依托潮州凤凰山乌岽顶千米海拔火山口茶园，稀缺地理条件赋予茶叶独特“山韵”和高香特性
有机科技双驱动	全有机种植（欧盟认证）结合自主研发（如仿日光晒青机），实现品质标准化与工艺创新
品牌文化强赋能	以“1392”高端系列为核心，融合潮州工夫茶非遗文化与年轻化营销（茶旅、直播），提升溢价能力

来源：企查查，天池茶叶企业官网，头豹研究院

中国乌龙茶品牌案例分析：八马茶业

八马茶业作为中国知名茶叶品牌，多年来致力于提供高品质、健康的茶产品，以匠心精神传承与弘扬中国茶文化，深受广大消费者喜爱。

八马茶业基本信息

品牌简称	八马茶业	
所属企业	八马茶业股份有限公司	
企业总部	广东深圳	
企业简介	八马茶业源自百年制茶世家，汇聚中国原产地好茶，是中国茶叶连锁领先品牌、高端茶市场领先品牌。截至2024年1月31日，全国连锁店超3400家。作为国家级非物质文化遗产项目乌龙茶制作技艺（铁观音制作技艺）代表性传承人创立品牌，八马将已有近300年历史的铁观音技艺凝练成八道制茶工艺并以二十四定律严制好茶，其中安溪铁观音已连续15年全国销量领先；并获得安溪铁观音、武夷岩茶连续4年原产地茶企纳税第一。	

八马茶业核心竞争力

- ❑

深厚的品牌历史与文化积淀：八马茶业拥有百年传承的制茶技艺，在茶叶市场中具备极高的品牌认知度与忠诚度。其品牌连续多年获得“中华老字号”称号和“国家级非物质文化遗产”认证，品牌价值达数十亿元，进一步巩固了品牌在高端茶市场的地位。
- ❑

强大的产品研发和质量控制：八马茶业以铁观音为代表，构建了丰富的产品矩阵，严格把控茶叶从种植到加工的每一个环节，确保高质量的产品。据数据显示，其每年投入数千万元用于生产设施和技术研发，以保障产品创新与稳定的质量。
- ❑

全渠道布局：八马茶业在全国范围内拥有超过3400家线下门店，同时深耕电商渠道，在天猫、京东等电商平台销量领先。全渠道粉丝超3700万，公司年销售额已超过10亿元，线上线下相结合的布局有效拓宽了市场覆盖面。

八马茶业科技体系

八马茶业致力于“科技兴茶，引领行业升级”。

八马茶业董事长王义礼入选
第四批国家“万人计划”
科技创业领军人才

八马茶业研究院

第四批国家“万人计划”
科技创业领军人才

八马茶产业研究院

福建八马茶业有限公司
博士后科研工作站
POSTDOCTORAL PROGRAMME

国家级博士后科研工
作站

八马茶业乌龙类产品矩阵

八马茶业在乌龙茶茶领域全品类覆盖。

赛珍珠系列



铁韵系列



马说系列



牛一系列



八马茶业于电商平台表现强劲

- 根据2023年“618”期间的数据，八马茶业全渠道销售额超过3.4亿元，同比增长42%，稳居天猫与京东两大电商平台茶类目销售额第一。
- 

NO.1
- 此外，八马茶业在唯品会平台的乌龙茶类目和白茶类目也取得了第一的成绩。
- 
- 在2024年首月，八马茶业全渠道销售额超7.2亿元，在京东、抖音、天猫、唯品会等各大平台的茶类目中保持领先地位。

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，532个垂直行业的市场变化，已经积累了近100万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。





头豹业务合作

全球视野 · 本土洞察 · 研究数据 · 可信知识网络



行业数据API

开放原创报告与研究数据接口，
支持企业知识库、系统平台及AI
应用高效接入和调用



KNIT解决方案

构建企业可信内容体系，提升品
牌在AI搜索与问答中的可见度、
准确性与转化效果



报告会员账号

可阅读全部原创报告和百万数据，
提供PC及移动端，方便触达平台
内容



定制报告/白皮书

对产业及细分行业进行现状
梳理和趋势洞察，输出全局
观深度研究报告



商业尽调

面向投资并购和商业决策，
评估标的公司的商业前景、
价值及风险



招股书引用

研究覆盖国民经济19+核心产
业，内容可授权引用至上市
文件、年报



报告作者

- 刘贵仁 | 首席分析师
- 林淑镜 | 行业分析师



service@leadleo.com



业务咨询

- 客服电话：400-072-5588
- 官方网站：www.leadleo.com



深圳办公室

广东省深圳市南山区粤海街道华润
置地大厦E座4105室
邮编：518057



上海办公室

上海市静安区南京西路1717号会
德丰国际广场2701室
邮编：200040



南京办公室

江苏省南京市栖霞区经济开发区兴
智科技园B栋401
邮编：210046

专业研究 赋能决策 驱动增长

中国端侧AI产业发展与应用实践 蓝皮书 (2026) 标杆案例征集

聚焦端侧AI产业链、终端场景、竞争格局与发展趋势

面向端侧AI产业链企业、投资机构及产业园区，形成一份兼具市场判断、产业链研究、标杆案例和趋势研判的专业蓝皮书。

核心服务形式



中文蓝皮书

精简、专业、
适合公开传播



英文摘要版

提炼核心洞察
与企业案例



企业案例专章

展示业务定位、核心能力
与端侧AI实践



发布与传播

线上发布、媒体稿
及定向传播



交流活动

邀请产业链企业、
投资人与生态伙伴对接

合作企业获得什么



发布活动现场

蓝皮书预计2026年11月，拟于世界互联网大会乌镇峰会期间发布
(具体安排以峰会组委会确认为准)



品牌表达

以第三方研究语言清晰表达企业定位、产品
价值与端侧AI能力。



市场洞察

获取产业链、终端场景与发展路径的系统判
断，辅助战略决策。



行业背书

进入代表性企业案例体系，强化在客户、渠
道与资本市场中的专业认知。



资源连接

通过报告发布与定向活动连接产业链伙伴、
客户、投资人与服务机构。

联系邮箱



案例征集与合作咨询

service@leadleo.com

欢迎来信咨询合作详情