

浙江余杭：全产业链协同打造抹茶出海高地

■ 本报记者 张伟伦 文/图



图为4月19日举行的2026年北京春茶节开幕式上，国内外友人品鉴径山茶。

春回径山，茶香漫卷。在杭州市余杭区这片深植千年禅茶文脉的土地上，古老的抹茶产业正以全新姿态走向世界舞台，2026年北京春茶节上的径山茶广受国内外友人欢迎。记者从4月19日在北京举行的2026年径山茶品鉴会上获悉，近年来余杭区以“天下抹茶出径山”为文化标识，正加速从“抹茶原料输出地”向“全球抹茶标准制定者、文化传播者”转型。而这背后，则是余杭区坚持“全链条布局”和“集群化发展”，培育壮大抹茶企业主体，推动产业从单一加工向“种植+加工+研发+文旅+品牌”全产业链延伸，已日益形成“龙头引领、中小企业协同”的产业格局。

快速崛起的“细分赛道”

2025年，余杭抹茶年产量达3500吨，占全国总产量近三分之一，产值突破5.4亿元，成为拉动区域茶产业高质量发展的核心增长极。“径

山是中华抹茶之源，我们守着千年禅茶文脉，不能只做原料输出的‘打工者’。”余杭文旅集团副总经理、杭州径山茶发展有限公司董事长施鸿鑫在接受《中国贸易报》记者采访时直言，“抹茶正成为茶产业出口快速崛起的细分赛道，2025年余杭抹茶出口额增长超七成，这不是终点，而是我们出海的起点。”

“传统点茶要8分钟、靠经验，现在我们用智能设备2分钟复刻宋代‘七汤点茶法’，把非遗技艺变成标准化产品，已经拿到3000台国际意向订单。”施鸿鑫介绍，余杭抹茶依托千年禅茶底蕴与科技赋能，正合力推动从原料输出向全球标准制定、文化传播的跨越。

记者获悉，2019年余杭被正式授予“中华抹茶之源”称号，以权威认证确立了其在全球抹茶文化中的核心地位；2022年，“径山茶宴”入选联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录，让千年抹茶文化登上世界舞台。如今，“天下抹茶出径山”的文化口号深入人心，每一缕抹茶清香中，都承载着跨越千年的文化基因。

为进一步发展壮大抹茶产业，余杭区抓住茶产业转型升级趋势，走出了一条企业集群迸发活力的发展之路。目前全区有近20家碾(抹)茶生产企业，形成以“抹茶六小龙”为代表的龙头企业群体，各展所长推动产业升级。2025年，余杭茶产品出口额达3.9亿元，同比增长73.3%，抹茶成为出口增长核心引擎。

创新应用场景 树品牌效应

抹茶走向国际市场，离不开文旅融合带来的新场景与新动能。余杭以抹茶为纽带，持续深化“茶+文旅”融合发展，打造面向海内外游客的多元体验场景。径山寺、径山茶文化园已成为彰显中华禅茶文化的重要窗口，“禅茶剧本杀”“宋韵茶

宴”等特色体验项目不仅吸引国内游客，更成为海外友人感知宋韵文化的热门打卡地；银泉茶业工业旅游项目开放抹茶全流程生产线，让中外游客沉浸式体验传统技艺与现代工艺的交融，年接待国内外游客超10万人次。

与此同时，余杭区不断拓宽抹茶海外应用场景，产品从传统茶饮延伸至烘焙、乳品、美妆、健康零食等领域，开发出抹茶巧克力、抹茶面膜、抹茶代餐等多元化新品，更好适配国际市场消费需求。以“茶仙子”周颖为代表的本土从业者积极开发特色茶旅线路，带动农户抱团发展、共同增收，让抹茶产业在走向世界的重要支撑。

余杭区不断加强“径山茶”区域公用品牌建设，2025年品牌价值达40.13亿元，同比增长12.5%，入选中国茶叶区域公用品牌文化力TOP3。同时，当地加快推进“余杭(径山)抹茶”区域公用品牌注册，打造“天下禅茶出径山”“天下抹茶出径山”双品牌体系，以鲜明文化标识提升国际辨识度，精准对接海内外年轻消费群体，为抹茶产品出海夯实品牌基础，提升在国际市场的竞争力与影响力。

据悉，到2027年，余杭区将建成10万亩高标准原料基地，实现抹茶综合产值突破2000亿元；筹建国家抹茶技术创新中心，每年攻克10项核心技术，推动产业技术升级；抹茶出口额力争突破2亿元，进一步提升国际影响力。同时，余杭区将持续完善全产业链标准体系，构建35项径山茶全产业链标准综合体，实现从种植到终端的全流程可追溯；强化人才培育，组建以刘中华院士领衔的茶产业发展智库，培育“抹茶达人”队伍，为产业发展提供人才支撑；深化“抹茶+”融合发展，推动抹茶与文创、康养、旅游等产业深度融合，打造具有国际竞争力的抹茶产业集群。

第二届世界人形机器人运动会将于8月举行

■ 本报记者 周东洋

记者从4月21日举行的第二届世界人形机器人运动会新闻发布会上获悉，第二届世界人形机器人运动会将于8月22日至26日在国家速滑馆“冰丝带”举行。本次运动会赛程5天，设竞技赛、场景赛两大类共32个赛项。

“与首届运动会相比，赛项得到全面优化，更能展现机器人技术发展水平和生产生活应用场景，也更具有挑战性和观赏性。”北京市体育局党组书记、局长于庆丰表示。

本届运动会竞技赛包括田径、足球、体操、举重、武术、街舞、体育舞蹈、拔河、投壶等九大项共26个赛项。项目比拼的是机器人的运动性、协调性和团队协作能力，可以体现机器人应用技术的多样性、创新性与实用性。场景赛包括家庭场景——“家政服务岗”、酒店场景——“迎宾服务岗”、工业场景——“打包入库岗”、应急场景——“消防救援岗”、医院场景——“药剂师”、商超场景——“零售服务岗”等6个赛项。

“我们预期今年机器人运动员将在三方面有更加亮眼的表现。”北京市经济和信息化局党组书记、局长姜智智表示，一是“更自主”，机器人自身智能水平已显著提升，因此将100米比赛改为全自主项目，也通过规则引导场景赛参赛队伍采用全自主的方式进行定位、识别与操作；二是“更灵巧”，本届运动会赛项设计过程中，增加了许多考验精细操作水平的设计，比如家庭场景中的衣物整理、应急救援场景中的灭

火作业、零售场景中的熟食制作等；三是“更实用”，今年场景赛场不再是搭建的模拟区域，而是选取工厂、酒店、家庭样板间等一些实地场景，让机器人在真实的复杂场景中自主、连贯地执行长程任务，让机器人从“演示工具”迈向“实用生产力”。

姜智智表示，举办各类机器人赛事，就是要为企业提供创新、展示、验证的平台，加速技术进步、促进产业发展、助推应用落地，达到“以赛促研、以赛育才、以赛兴业”的目标。

零关税塑造中非经贸合作新未来

■ 刘青海 凌怡

2024年9月，在中非合作论坛北京峰会上，一项重磅宣布引发世界瞩目：中方愿主动单方面扩大市场开放，给予包括33个非洲国家在内的所有同中国建交的最不发达国家100%税目产品零关税待遇。同年12月1日，政策正式落地。2026年2月，中方再次宣布将零关税扩围至53个非洲建交国，自5月1日起全面实施。从33国到53国，不断扩大的开放进程，不仅是中国对非合作的诚意之举，更标志着中非经贸关系迈入一个全新的阶段。

不只是“免税” 更是一场系统性开放

在当今一些主要经济体热衷于筑起贸易壁垒、把市场开放当作谈判筹码、给予非洲贸易优惠时往往附带诸多条件的背景下，中国的选择显得格外醒目：主动对非洲扩大市场准入，且不附加任何政治条件，不干涉非洲国家内政，不要求对等开放。这种开放模式真正把非洲的自主选择权放在了首位。

从覆盖33个最不发达国家，到惠及全部53个非洲建交国，这场开放不是“一刀切”，而是循序渐进、稳扎稳打。这既展现了中国持续扩大开放的决心，也体现了政策实施的稳健思路。

零关税政策绝非简单的“免税”了事。它是一套组合拳：关税归零只是第一步，配套的贸易便利化措施同样关键。绿色通道、快速通关、无纸化报关……这些举措大幅降低了非洲产品进入中国市场的非关税成本。肯尼亚牛油果的故事就是最好例证。上海浦东机场海关为此设立专项通道，实现检疫无缝对接，其通关时间从原来的7天至14天缩短到仅2天至3天。对于易腐的生鲜产品来说，这不仅是效率提升，更是生存空间的拓展。

零关税下的 中非经贸新图景

零关税就像一把钥匙，打开了中国市场的大门。非洲商品进入中国市场的成本显著降低，价格竞争力自然提升。2025年1月至7月，中国自非洲最不发达国家进口额达396.6亿美元，同比增长10.2%。2026年第一季度，中非贸易额达6465.6亿元，同比增长23.7%，其中自非洲进口增长14.6%——零关税的拉动效应正在持续释放。

长期以来，中非贸易多以原油、矿产等初级产品为主。零关税政策正在改变这一局面，为非洲发展加工产业提供了新机遇。埃塞俄比亚咖啡的转型升级就是典型。2024/2025

财年，埃塞对华出口咖啡超3.4万吨，创收超2.18亿美元，中国已成为其第四大咖啡出口市场。零关税不仅带来了销量增长，更推动了全产业链升级：从种植、采摘到加工、品控，各个环节都在向标准化、专业化迈进。

零关税不仅促进贸易，更带动投资，中国企业赴非建厂的意愿增强，将中国的资金、技术与非洲的资源、市场紧密连接，推动合作走向更深层次的产业协同，形成“在非生产、加工、再出口至中国”的新模式。科特迪瓦的橡胶产业就是一个缩影。美兰集团在科特迪瓦投资建设橡胶加工厂，已投产的3家工厂年产能达40万吨，全部投产后将占该国橡胶产量近30%。项目累计创造4000多个就业岗位，并建立起从种植到加工出口的全产业链。

零关税政策在制度层面进一步深化了中非合作。它与非洲大陆自由贸易区建设形成共振，推动区域市场整合与资源配置。中国已与34个非洲国家新签共同发展经济伙伴关系框架协议，标志着合作从关税减免的初级共享，向农产品准入、产业链整合、数字基建协同等更深层次升级。刚果(布)是首个与中国签署早期收获安排的非洲国家，双方就原产地规则和实施程序达成一致。这种制度性对接让中非合作的

基础更加坚实，也为未来更广泛的经贸往来铺平道路。

理想与现实仍存差距 中企要主动作为

零关税降低了市场门槛，但非洲自身的生产能力仍是关键制约。许多非洲中小农户和企业规模小、技术落后，难以形成稳定的大规模供货能力。卢旺达干辣椒出口商想从300吨做到1500吨，但受限于种植面积和加工设备，短期内难以完成。此外，产品质量控制体系不完善，部分农产品难以通过中国严格的检验检疫标准。

尽管零关税为非洲加工产业创造了机遇，但贸易结构的实质性转变仍需时间。2025年，中国对非贸易顺差历史性地突破1000亿美元，说明非洲对华出口仍以初级产品为主，制成品占比偏低。从出口原料到出口成品，需要技术、资金、人才和基础设施的系统性投入，这绝非一朝一夕之功。

非洲内部交通网络不发达，港口吞吐能力有限，仓储和冷链物流设施欠缺，导致产品从产地到中国口岸的运输成本居高不下。埃塞俄比亚咖啡需经吉布提港出海，内陆运输耗时漫长；卢旺达干辣椒出口需经坦桑尼亚达累斯萨拉姆港，物

2025年，我国外贸进出口总值达45.47万亿元，连续9年实现增长，保持全球货物贸易第一大国地位。其中，全年高技术产品出口同比增长13.2%，拉动我国出口增长2.4个百分点，“含新量”提升成为我国外贸高质量发展的亮点之一。

作为外贸新业态，跨境电商行业同样“创新力”澎湃。国际电商巨头亚马逊观察到，通过应用AI等新技术洞察海外消费者差异化需求，一批从事跨境电商出海的中国企业不断优化品质、设计、技术含量和品牌价值，进一步提升了“中国智造”的全球影响力。

佛山顺德是广府文化的重要发源地之一，也是“流量爆棚”的美食之都。在清幽园林和熙攘烟火之外，这里还藏着“一栋楼就是一条完整产业链”的精彩故事。

云米科技成立于2014年，专注于智能净水器制造。2024年，云米科技在佛山顺德建成占地面积10万平方米的“云米净水超级工厂”，集研发中心、智能制造、体验展示、客户服务、销售支持等于一体，整机年产量达500万台，滤芯年产量达3000万支。

云米集团副总裁段二强表示，智能化、自动化、精益化的韧性产业链供应链建设有效赋能了云米科技的出海进程。他介绍，公司持续深耕产品研发和品质控制，实现80%的零部件在“超级工厂”生产和交付；利用AI建设在线可追溯系统，打通物流、仓储、售后等中间环节，实现主动预测和智能调度。2024年，云米科技依托大湾区的地理优势和集群效应，通过跨境电商拓展海外市场，目前在美国、欧洲等市场销量增长迅速。

“本地化是云米科技出海战略的核心。”段二强提到，公司深入不同市场进行调研，根据消费者差异化需求开展产品研发、销售策略制定和品牌建设，并搭建本地化运营团队，实现“local for local”。

“下一步，云米科技计划进一步研发融合AI的智能家居产品，让海内外消费者的生活更加便利，助力中国品牌走向世界。”段二强说。

以AI技术和本地化为核心，在跨境电商出海方面表现亮眼的，还有专注于新型显示领域的极米科技。

极米科技2013年创立于成都，重点打造智能投影和激光电视等创新产品，是集设计、研发、制造、销售和服务于一身的高新科创企业。国际数据公司(IDC)数据显示，从2018年起，极米科技连续五年半获得出货量第一、连续三年半获得出货量和销售额双第一。目前，极米科技已通过跨境电商进入北美、欧洲等市场。

极米科技海外电商负责人杨丹表示，公司从产品、营销、渠道、团队四大板块推进本地化战略，基于不同国家和地区的使用场景和消费者需求打造差异化产品，并将AI算法融入产品研发与更新，提升产品优化效率。

杨丹认为，品牌建设是中国出海企业需要关注的重点。她说：“国内电商注重内容生态，但海外电商消费者更偏好通过线上社群分享感知和体验。因此，我们专门成立了从事用户社群维护和调研的团队，将关于产品功能、品牌理念、品牌动态的信息发布在社群网站上，第一时间回答消费者的问题。目前我们在海外积累了不错的粉丝基础和社群声量，助力了用户黏度的提升。”

“基于线上品牌和用户口碑建设成果，我们还在北美等市场同步铺开线下销售渠道，进一步拓展和本地商超的合作，深度融入当地市场。”杨丹说。

深耕小型咖啡机和净水器的米正科技也借助AI技术扬帆出海。

米正科技CEO张相成介绍，米正科技正通过AI技术实现产品和服务的个性化转型。公司的咖啡机产品内置AI模型，能够持续学习用户的口味偏好，自动调整温度、压力和时间。公司还在开拓海外市场时使用AI辅助工具优化跨境电商产品页面，让其更适配当地消费者习惯，促进转化率提升。

“当前中国的供应链和创意能力在全球范围内竞争力显著。随着AI工具的发展，中国企业正成为更主动的产品定义者和创新发起者，逐步从‘实现需求’转变为‘定义需求’。”张相成说。

从“一栋楼”的产业链韧性，到AI驱动的产品定义权转移，中国跨境电商企业正完成从“卖货”到“创牌”的跨越。当本地化深耕遇上智能化浪潮，“中国智造”在全球舞台上的故事，将开启更加精彩的篇章。

制约中非贸易的关键因素。中国企业可积极参与非洲港口、铁路、冷链物流等基础设施建设，既改善贸易条件，也开拓新的业务增长点。四是注重合规经营，树立良好形象。在非投资经营要严格遵守当地法律法规，注重环境保护和社会责任，树立中国企业的良好形象，为长期合作奠定基础。

总之，零关税政策不仅仅是一项贸易安排，更是中国推动构建高水平对外开放格局、践行人类命运共同体理念的具体行动。从扩大非洲对华出口，到推动贸易结构优化，再到促进产业合作与制度对接，不断扩大的开放进程正在重塑中非经贸关系的内涵。未来，中非双方在继续扩大开放的同时，预计会进一步加强产业链合作与能力建设，推动贸易便利化和基础设施改善，让零关税的政策效应最大化。“早起的鸟儿有虫吃”，那些尽早行动起来的企业有望抓住这一波政策红利，获得更大成功。

〔作者刘青海系浙江师范大学非洲研究院研究员、“双优学者”特聘教授、博士生导师，凌怡单位：浙江师范大学非洲研究院；本文是国家社科基金重点项目“中国在非企业本土化发展研究(24AGJ016)”的阶段性成果。〕

■ 傅志辰