第136号：关于积极拥抱时代流量 让黄茶文化“活”起来以霍山黄茶为核心推动黄茶产业振兴的建议（市六届人大六次会议）

关于积极拥抱时代流量 让黄茶文化“活”起来以霍山黄茶为核心推动黄茶产业振兴的建议

第136号（其他类5号）

霍山代表团：程萍代表

案由

黄茶作为中国六大茶类之一，拥有千年制茶历史，是中华茶文化的重要瑰宝。我市霍山县作为“中国黄茶之乡”，产出的霍山黄芽与黄山、黄梅戏并称为“安徽三黄”。

霍山黄茶又衍生了霍山黄芽、霍山黄大茶、霍山黄小茶品类。其中霍山黄芽和霍山黄大茶均为国家地理标志保护产品。霍山黄茶产业已成为带动当地群众增收、助力乡村振兴的重要支柱。

然而当前，黄茶在六大茶类中存在感较弱，霍山黄茶虽有优质基底，但仍面临品牌知晓度不足、公域品牌影响力薄弱等问题。为深挖霍山黄茶历史文化价值，传承千年制茶工艺，需积极拥抱时代流量，借助流量思维提升公域品牌影响力，让黄

茶文化“活”起来，黄茶产业“强”起来，特提出本议案。

案据

1、霍山黄茶历史底蕴深厚。霍山黄茶制茶历史可追溯至唐宋时期，到了明清则是皇家御用，年年进贡。2025 年，霍山县茶园拥有茶园面积达 20.67 万亩，年产量 1.37 万吨，主导的霍山黄芽和霍山黄大茶占据全国黄茶产量半壁江山。但霍山黄茶的统一认识度仍然模糊。

2、品牌影响力不足，市场认知度偏低。相较于绿茶、红茶等品类，黄茶在全国范围内的知晓度普遍不高，我市霍山县的“中国黄茶之乡”名片未能充分打响。当前仍存在品牌定位模糊、宣传方式传统、线上流量运用不足等问题，虽然部分企业也一直在尝试新媒体宣传等渠道，但缺乏统一规划和资源整合，“霍山黄茶”的公域品牌凝聚力不强，其品牌下的霍山黄芽、霍山黄大茶、霍山黄小茶的产品附加值未能充分释放。

3、流量宣传有例可鉴。2025 年 11 月“与辉同行安徽行”活动通过沉浸式文旅直播实现了销售额近 3.4 亿元，全网曝光量突破 6 亿次。“与辉同行安徽行”活动以黄山、宣城为核心，将徽文化融入消费场景，形成商旅文融合新范例，有效提升了安徽文旅及特色产业的知名度。其有效的流量助力为霍山黄茶宣传也提供了宝贵经验。霍山黄茶兼具生态、文化、康养等多重属性，契合当下消费升级趋势，积极拥抱时代流量，整合线

上线下资源，有望实现品牌影响力的跨越式提升。

方案

1、打造特色宣传 IP。借鉴“与辉同行安徽行”成功经验，将霍山黄茶、六安瓜片、霍山石斛等六安公域品牌联动有效的新媒体手段，借助头部主播流量作六安文化解读，策划“六安行”、“六安茶香寻味之旅”等主题活动，联动大别山旅游资源，推出“茶旅文康”一体化线路。常态化举办开茶节、黄茶品鉴会等活动，将六安茶文化、霍山黄茶品牌宣传出去。

2、构建线上宣传矩阵。整合霍山黄茶的品牌资源，以目前品牌知晓度较高的霍山黄芽、霍山黄大茶为入口，搭建统一的线上宣传平台，在新媒体平台开设官方账号，集中推广霍山黄茶历史文化、制作工艺和产品特色。鼓励茶企及有效的头部流量主播入驻大别山黄茶产业园进行溯源直播宣传，形成“统一品牌+多元主体”的线上宣传格局，以霍山黄芽、霍山黄大茶推进霍山黄茶大公域品牌的知名度，从而形成以小促大，以大带小的区域品牌联动模式，让大众提到霍山黄茶就会自动联想到霍山黄芽、霍山黄大茶、霍山黄小茶。

3、推动技艺活化创新。继续推动“茶文化进校园”活动，拓展茶研学，将霍山黄茶相关的非遗项目与中小学课外实践内容有效结合，让黄茶文化的传承从小抓起，让中国茶文化能够更好地在青少年中传承和发展。

结语：振兴霍山黄茶产业，既是传承千年茶文化的历史使命，也是推动乡村振兴、促进群众增收的现实需要。依据霍山黄茶生态、文化、康养等多重属性，积极拥抱时代流量，用好流量思维，整合线上线下资源，让霍山黄茶文化“活”起来，让霍山黄茶“强”起来，最终成为六安特色产业高质量发展的又一枚闪亮名片。