     团体标准

T/FTMA XXX—XXXX

|  |
| --- |
|  |

侍茶师评价技术规范

Specification for Certification and Evaluation of Tea Sommeliers

|  |  |
| --- | --- |
| XXXX - XX - XX 发布 | XXXX - XX - XX 实施 |

福建省茶叶流通协会  发布

|  |  |
| --- | --- |
| ICS | 67.140.10 |
| X | 点击此处添加CCS号   |  | | --- | | **T/** **FTMA** | |

目次

[前言 II](#_Toc26816)

[引言 III](#_Toc4380)

[1 范围 1](#_Toc18979)

[2 规范性引用文件 1](#_Toc28905)

[3 术语和定义 1](#_Toc3702)

[4 认证评价原则 2](#_Toc10722)

[5 基本要求 2](#_Toc15956)

[6 评价要素与指标 2](#_Toc17424)

[7 评价方法 3](#_Toc17425)

[8 认证等级 4](#_Toc16674)

[9 评价实施 4](#_Toc165)

[附录A（资料性） 侍茶师能力评价评分表 6](#_Toc21542)

[附录B（资料性） 茶汤服务记录表 9](#_Toc16632)

1. 前言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由丝路茶旅（厦门）传媒有限公司与福建省茶叶质量检测与技术推广中心共同提出。

本文件由福建省茶叶流通协会归口。

本文件起草单位：丝路茶旅（厦门）传媒有限公司、福建省茶叶质量检测与技术推广中心、......

本文件主要起草人：

1. 引言

茶产业正经历从“产品导向”向“服务与体验导向”的转型升级。茶叶作为半成品，其最终价值通过消费者饮用的茶汤得以体现；茶汤服务是连接茶叶、消费者与消费场景的核心环节，其专业水平直接影响消费者体验、品牌价值与产业效益。

传统评茶师、茶艺师、制茶师评价体系聚焦单一技能（如茶叶审评、冲泡技艺或制茶工艺），难以满足现代茶服务业对“客户需求洞察—茶叶特性应用—场景体验构建—文化价值传递—商业转化”的整合性服务能力需求。借鉴国际成熟侍酒师（如ISG）、品酒师（如WSET）体系的理念，亟需建立一套以“茶汤服务成品”为核心，覆盖服务全流程的专业人才评价标准。

本标准旨在规范侍茶师的认证评价活动，引导从业者提升综合专业素养，推动茶行业服务环节向标准化、专业化、价值化方向发展，通过服务新质生产力驱动产业升级。本标准适用于对从事茶汤服务的专业人员（侍茶师）进行能力认证与水平评价，茶馆、茶空间、茶叶零售终端、培训机构等相关机构可参照使用。

侍茶师评价技术规范

1. 范围

本标准规定了侍茶师认证评价的术语和定义、认证评价原则、基本要求、评价要素与指标、评价方法、认证等级及评价实施要求。

本标准适用于对从事茶汤服务（包括但不限于茶馆、茶空间、茶叶零售终端、茶会活动等场景）的专业人员（侍茶师）进行能力认证与水平评价。相关机构可依据本标准制定细化实施方案。

1. 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB 14881 食品安全国家标准 食品生产通用卫生规范

GB/T 18883 室内空气质量标准

GB/T 20647.9 服务标准体系 第9部分：顾客满意度测评

GB/T 23776 茶叶感官审评方法GB／T 30766​　茶叶分类

1. 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

* 1. 侍茶师 Tea Sommelier

指具备专业知识和技能，能够结合客户口味需求、茶叶特性及消费场景特点，设计并呈现高品质茶汤服务，提供完整茶饮体验，并有效传递茶文化价值的专业人员。

* 1. 茶汤服务 Tea Service

指以茶汤为核心成品，涵盖茶叶选品、冲泡方案设计、服务流程执行、消费场景营造、客户沟通互动、文化价值传递及关联销售等一系列专业服务活动的总和。

* 1. 客户口味需求 Customer Taste Preference

指消费者在茶汤风味（如浓度、香气类型、滋味特点、 口感等）上的具体喜好与要求。

* 1. 情绪价值 Emotional Value

指在茶汤服务过程中，通过环境、互动、文化传递等方式，为消费者创造的愉悦、放松、尊重、文化认同等情感体验价值。

* 1. 服务新质生产力 New Quality Productive Forces in Service

指通过创新服务理念、模式、技术与专业人才，显著提升服务效率、品质与附加值，驱动产业升级的核心能力。

1. 认证评价原则

侍茶师认证评价应遵循以下原则：

客观公正：评价过程应基于事实和标准，避免主观偏见。

科学规范：评价内容、方法和程序应科学合理，符合专业要求。

注重能力：重点评价实际服务能力与应用水平。

客户导向：强调以满足客户需求和提升体验为核心。

持续发展：鼓励从业者持续学习与技能提升。

1. 基本要求

申请侍茶师认证评价的人员应满足以下基本要求：

知识基础： 系统掌握茶叶分类、产区、工艺、品质特征、存储知识；了解主要茶器

具特性与功能；熟悉基础服务礼仪、沟通技巧；掌握必要的食品安全与卫生知识；理解茶文化基础知识。

从业经验：具备规定年限的茶行业相关从业经验（具体年限要求由不同认证等级规

定）。

职业道德：遵守诚信服务、尊重客户、保护隐私、专业尽责等职业道德规范。

1. 评价要素与指标

侍茶师的核心能力评价应包括以下要素及相应指标：

|  |  |
| --- | --- |
| 评价要素 | 评价指标 |
| 6.1 茶叶认知与选品能力 | \* 准确识别与描述茶叶（干茶、汤色、香气、滋味、叶底）感官特征。  \* 理解茶叶特性（品种、工艺、年份、存储）对茶汤风味的影响机理。  \* 结合服务场所定位、供应链优势及成本，提出合理的茶叶选品与搭配方案。 |
| 6.2 客户需求洞察与沟通能力 | \* 有效运用沟通技巧，精准识别客户口味偏好、消费目的、情绪状态及潜在需求。  \* 清晰、专业、生动地向客户介绍茶叶、服务流程及文化背景。  \* 妥善处理客户疑问、反馈与个性化需求。 |
| 6.3 茶汤设计与呈现能力 | \* 基于客户需求、茶叶特性、服务场景，设计科学合理的冲泡方案（器具、水温、茶水比、浸泡时间等）。  \* 稳定地冲泡并呈现符合茶叶特征且满足客户口感要求的高品质茶汤。  \* 具备根据水质、环境等变量调整冲泡方案的能力。 |
| 6.4 场景构建与体验设计能力 | \* 设计与服务主题、茶品特性、客户需求相契合的沉浸式消费环境（空间、氛围、音乐等）。  \* 策划并执行能提升消费者初次体验和深度体验的服务流程与互动环节。  \* 有效创造并传递积极的情绪价值，提升客户整体满意度。 |
| 6.5 文化诠释与价值传递能力 | \* 结合服务场景，恰当地讲述茶的历史、文化、产区故事，深化体验内涵。  \* 引导客户欣赏茶汤之美，理解茶的多维价值（品饮、健康、文化、收藏）。  \* 有效提升客户对特定茶产区、茶品牌的认知与好感度。 |
| 6.6 服务设计与商业转化能力 | \* 理解所在场所的商业模式，将服务体验设计与销售目标有机结合。  \* 基于客户洞察，有效推荐相关茶品、器具或增值服务，提升客单价与复购意愿。  \* 收集、分析客户反馈，为采购选品、服务优化、营销推广提供决策依据。 |

1. 评价方法

侍茶师能力的评价应采用多种方法相结合，包括但不限于：

* 1. 理论知识考核

采用笔试或在线测试方式，考核对茶叶知识、文化、服务规范、安全卫生等基础理论的掌握程度。

* 1. 感官品鉴实操

参照 GB/T 23776 相关原则，考核对茶叶的识别能力、品质判断能力及茶汤品评描述能力。

* 1. 服务场景模拟

设置模拟服务场景，考核客户沟通、需求分析、茶汤设计、现场冲泡、问题解决、场景营造等实操能力。考官扮演客户。

* 1. 服务方案设计

要求提交针对特定客户群体（如商务客、茶爱好者）或主题场景（如茶会、新品发布）的书面或演示版茶汤服务完整设计方案。

* 1. 面试答辩

通过面对面交流，深入考察服务理念、文化理解深度、商业意识、应变能力及职业发展规划。

* 1. 过往业绩评审（适用于高级别）

提交实际服务案例、客户评价、销售业绩证明等材料，供评审委员会评估。

1. 认证等级

侍茶师认证设立以下等级，各等级需满足相应能力要求并通过评价：

* 1. 初级侍茶师

掌握基础知识和技能，能在指导下完成常规茶汤服务。

* 1. 中级侍茶师

具备独立设计和执行完整茶汤服务的能力，能较好处理常见客户需求。

* 1. 高级侍茶师

精通茶叶与服务，能设计复杂场景服务方案，具备较强商业转化与文化引领能力。

* 1. 侍茶师导师（可选）

在高级基础上，具备培训、指导其他侍茶师的能力，对行业发展有贡献。

注：各等级对应的具体知识深度、技能熟练度、经验门槛、评价标准细则需在实施细则中明确规定。

1. 评价实施
   1. 评价机构

由标准归口单位或其授权/认可的第三方专业机构组织实施。

* 1. 评价流程

应包括申请、资格审查、评价考核（按等级要求组合第 7 章方法）、结果评定、公示、发证等环节。

* 1. 评价委员会

应组建由茶学专家、资深从业者、服务管理专家等组成的评价委员会负责具体评定工作。

* 1. 证书管理

对通过认证者颁发相应等级证书，证书应包含基本信息、认证等级、有效期等。建立证书查询系统。

* 1. 持续教育

鼓励获证人员参与持续教育，证书可设定有效期，到期需复核或再认证。

1. （资料性）  
   侍茶师能力评价评分表

| ​评价要素​ | ​评价指标​ | 分值​ | ​评分标准​ | ​得分​ | ​ 考官签字​ |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ​6.1 茶叶认知与选品能力​ （20分） | 1. 准确识别与描述茶叶（干茶、汤色、香气、滋味、叶底）感官特征 | 5 | 能准确、全面描述茶叶外观、汤色、香气、滋味与叶底特征，表述专业（4－5分）；基本准确但欠完整（2－3分）；描述模糊或不准确（0－1分） |  |  |
|  | 2. 理解茶叶特性（品种、工艺、年份、存储）对茶汤风味的影响机理 | 5 | 对茶叶特性与茶汤风味关系理解深入，能清晰阐述（4－5分）；有一定理解但不够全面（2－3分）；理解浅显或错误（0－1分） |  |  |
|  | 3. 提出合理的茶叶选品与搭配方案（结合场所、供应链、成本） | 10 | 方案科学合理，符合实际场景与商业逻辑，具有可操作性（8－10分）；方案基本合理但较普通（4－7分）；方案不合理或缺乏依据（0－3分） |  |  |
| ​6.2 客户需求洞察与沟通能力​ （15分） | 1. 精准识别客户口味偏好、消费目的、情绪状态及潜在需求 | 5 | 能通过观察与沟通准确识别客户多维度需求（4－5分）；识别基本准确（2－3分）；识别模糊（0－1分） |  |  |
|  | 2. 清晰、专业、生动地介绍茶叶、服务流程及文化背景 | 5 | 表达清晰生动，专业且具有感染力（4－5分）；表达一般，信息传达清楚（2－3分）；表达含糊或无吸引力（0－1分） |  |  |
|  | 3. 妥善处理客户疑问、反馈与个性化需求 | 5 | 能积极倾听并有效回应客户问题与个性化需求，处理得当（4－5分）；处理一般（2－3分）；处理不当或忽视客户需求（0－1分） |  |  |
| ​6.3 茶汤设计与呈现能力​ （20分） | 1. 设计科学合理的冲泡方案（器具、水温、茶水比、浸泡时间等） | 5 | 冲泡方案科学、适配茶叶特性，参数合理（4－5分）；方案基本合理（2－3分）；方案不合理（0－1分） |  |  |
|  | 2. 稳定冲泡并呈现符合茶叶特征且满足客户口感要求的高品质茶汤 | 10 | 茶汤呈现稳定，符合茶叶特性，客户满意度高（8－10分）；茶汤基本达标（4－7分）；茶汤不稳定或不符合要求（0－3分） |  |  |
|  | 3. 根据水质、环境等变量灵活调整冲泡方案 | 5 | 能根据现场变量灵活调整，体现专业应对能力（4－5分）；调整能力一般（2－3分）；缺乏调整能力（0－1分） |  |  |
| ​6.4 场景构建与体验设计能力​ （15分） | 1. 设计沉浸式消费环境（空间、氛围、音乐等） | 5 | 环境设计主题鲜明，与茶品及客户需求契合，氛围感强（4－5分）；设计一般（2－3分）；设计脱离主题（0－1分） |  |  |
|  | 2. 策划并执行服务流程与互动环节，提升体验 | 5 | 流程设计合理，互动自然，能有效提升客户体验（4－5分）；流程基本顺畅（2－3分）；流程生硬或无互动（0－1分） |  |  |
|  | 3. 创造并传递积极的情绪价值，提升满意度 | 5 | 能有效传递情绪价值，客户反馈积极（4－5分）；情绪传递一般（2－3分）；无明显情绪价值（0－1分） |  |  |
| ​6.5 文化诠释与价值传递能力​ （15分） | 1. 恰当讲述茶文化、历史、产区故事，深化体验 | 5 | 文化讲述生动、准确，与场景融合度高（4－5分）；讲述一般（2－3分）；讲述生硬或错误（0－1分） |  |  |
|  | 2. 引导客户欣赏茶汤之美，理解茶的多维价值 | 5 | 引导到位，客户反馈显示对茶价值认知提升（4－5分）；引导一般（2－3分）；引导不足（0－1分） |  |  |
|  | 3. 提升客户对茶产区、品牌的认知与好感度 | 5 | 客户反馈显示对品牌／产区认知与好感明显提升（4－5分）；有一定提升（2－3分）；无明显变化（0－1分） |  |  |
| ​6.6 服务设计与商业转化能力​ （15分） | 1. 将服务体验与商业模式、销售目标有机结合 | 5 | 结合紧密，体现商业思维与策略（4－5分）；结合一般（2－3分）；脱节（0－1分） |  |  |
|  | 2. 有效推荐茶品、器具或增值服务，提升客单价与复购 | 5 | 推荐精准，客户接受度高，转化效果明显（4－5分）；推荐一般（2－3分）；推荐无效（0－1分） |  |  |
|  | 3. 收集分析客户反馈，为优化决策提供依据 | 5 | 反馈收集全面，分析合理，能指导服务与产品优化（4－5分）；反馈处理一般（2－3分）；未有效利用反馈（0－1分） |  |  |
| ​总分（满分100分）​​ |  | ​100​ |  | ​​ |  |
| ​评价等级建议​ |  |  | □ 初级侍茶师（建议分数线：≥60分） □ 中级侍茶师（建议分数线：≥80分） □ 高级侍茶师（建议分数线：≥90分） □ 侍茶师导师（建议分数线：≥95分） |  |  |
| ​考官评语​ |  |  |  |  |  |
| ​考官签名​ |  |  |  |  |  |
| ​评价日期​ |  |  |  |  |  |

​

​备注：​​

1.各项指标的“评分标准”与“分值”在实际实施细则中应进一步细化，确保评价一致性。

2.“考官签字”栏应由参与评价的至少两名专业考官签字确认。

3.“评价等级建议”中的“建议分数线”应在配套的实施细则中根据各等级能力要求明确规定。

4.本表可根据实际评价形式（如线上评分、纸质评分）进行调整，但要素与指标应保持一致。

5.本评分表用于侍茶师认证评价过程中，对各评价要素与指标进行量化打分，满分为100分。

6.各评价要素分值见表A.1，考官应根据申请者在各指标上的实际表现，按照评分标准给予相应分数。

7.最终得分将作为判定申请者是否达到相应认证等级（初级、中级、高级、侍茶师导师）的重要依据之一。

8.本表为示例，具体实施细则中应明确各等级对应的合格分数线与详细评分细则。

1. （资料性）  
   茶汤服务记录表

| **​项目​** | **​填写内容​** |
| --- | --- |
| ​一、服务基本信息​ |  |
| 服务日期 |  |
| 服务地点 |  |
| 侍茶师姓名 |  |
| 所属机构／茶空间名称 |  |
| 服务类型（可多选） | □ 一对一服务 □ 茶会服务 □ 商务接待 □ 新品品鉴会 □ 零售导购 □ 其他：＿＿＿＿＿＿＿＿＿ |
| 客户人数 |  |
| 客户类型（可多选） | □ 个人消费者 □ 商务客户 □ 茶爱好者 □ 团体客户 □ 初次体验者 □ 其他：＿＿＿＿＿＿＿＿＿ |
| ​二、茶品信息​ |  |
| 服务茶品名称 |  |
| 茶类（如绿茶、红茶、乌龙茶等） |  |
| 茶叶产地 |  |
| 茶叶年份 |  |
| 茶叶工艺（如炒青、发酵程度等，可选填） |  |
| 茶叶供应商／品牌 |  |
| 茶叶存储情况（如新茶、陈茶、仓储条件简要说明） |  |
| 搭配茶器具（如紫砂壶、盖碗、玻璃杯等） |  |
| 茶叶选品理由（简要说明：如匹配客户需求、场景主题、季节等） |  |
| ​三、冲泡参数与方案设计​ |  |
| 使用冲泡器具 |  |
| 水温（℃） |  |
| 投茶量（克／毫升比例或具体克数） |  |
| 浸泡时间（秒／分钟） |  |
| 冲泡轮次（如第一泡、第二泡等，可列表记录） | 第一泡：时间秒，口感 第二泡：时间秒，口感＿＿  …… |
| 冲泡用水（如矿泉水、纯净水、软硬水等，可选填） |  |
| 冲泡方案设计思路（简述：如何根据客户／场景／茶叶特性制定方案） |  |
| ​四、客户沟通与需求洞察​ |  |
| 客户口味偏好（如喜欢浓／淡、清香／醇厚、花果香／蜜香等） |  |
| 客户消费目的（如品鉴、休闲、商务赠礼、学习茶文化等） |  |
| 客户情绪状态 ／ 场景氛围（如放松、商务洽谈、社交聚会等） |  |
| 客户提出的个性化需求或反馈 |  |
| 侍茶师与客户的沟通要点（简述：如何识别需求、介绍茶品、引导体验） |  |
| ​五、服务流程与场景体验​ |  |
| 服务流程简述（迎宾、介绍、冲泡、品饮、交流、结束等环节） |  |
| 场景主题／氛围营造（如空间布置、音乐、香道、花艺、主题设定等） |  |
| 是否设计互动环节（如茶艺展示、问答、品鉴笔记、茶点搭配等） | □ 是（简述内容）：＿＿＿＿＿＿＿＿＿  □ 否 |
| 情绪价值传递（如文化共鸣、放松感、尊重感、品牌认同等，简述） |  |
| ​六、文化与价值传递​ |  |
| 介绍的茶文化内容（如茶产区故事、工艺传承、历史背景、健康功效等） |  |
| 客户对茶文化内容的反馈（如兴趣、提问、认同度等） |  |
| 是否引导客户理解茶的多维价值（品饮／健康／文化／收藏等） | □ 是（简述）：＿＿＿＿＿＿＿＿＿  □ 否 |
| ​七、服务结果与客户反馈​ |  |
| 客户对茶汤的整体满意度（如非常满意、满意、一般、不满意） |  |
| 客户具体反馈（可摘录客户原话或总结） |  |
| 是否达成预期服务目标（如客户理解茶品、体验良好、有复购意向等） | □ 是（简述）：＿＿＿＿＿＿＿＿＿  □ 否（简述原因）：＿＿＿＿＿＿＿＿＿ |
| 是否实现关联销售（如茶品、茶具、课程、会员卡等） | □ 是（销售内容：＿＿＿＿＿＿＿＿＿） □ 否 |
| ​八、侍茶师自评与改进建议​ |  |
| 本次服务亮点（自评：哪些方面做得较好） |  |
| 本次服务不足与反思（如茶汤控制、沟通、场景设计等） |  |
| 改进计划或后续跟进建议（如客户回访、再次服务优化等） |  |
| ​九、附件（可选）​​ |  |
| 茶汤照片 ／ 服务现场照片 ／ 客户合影（可贴图或注明存档位置） |  |
| 客户评价表 ／ 满意度问卷（可附后或注明编号） |  |
| 销售记录 ／ 客单价信息（可选填） |  |

记录人（侍茶师）签名：​​

​记录日期：​​

​备注：​​

1.本表为服务过程记录模板，可根据实际业务场景灵活调整栏目，建议侍茶师或茶空间定期整理归档，作为能力成长与业绩回顾的依据。

2.在高级侍茶师或侍茶师导师认证时，可选取典型服务案例，附上本记录表及客户反馈、销售数据等，作为“过往业绩评审”的支撑材料。

3.若为电子记录，可配合数字化管理系统（如CRM、茶汤服务APP）进行结构化填报与数据分析。

EndLine