

湖南黑茶

黑茶属后发酵茶，是我国特有的茶类，生产历史悠久，花色品种丰富。早在 11 世纪前后，即北宋熙宁年间（公元 1074 年）就有用绿毛茶做色变黑的记载。黑茶是很多紧压茶的原料，黑茶压制成的紧压茶有茯砖茶、黑砖茶、花砖茶、湘尖茶、青砖茶、康砖茶、金尖茶、方包茶、六堡茶、圆茶、紧茶……。以湖南、湖北、四川、云南、广西等省区为主要产区。黑茶的年产量很大，仅次于红茶、绿茶产量，成为我国的第三大茶类。黑茶以边销为主，部分内销，少量外销，因此，习惯上又把黑茶制成的紧压茶称为边销茶。

湖南黑茶生产始于明朝嘉靖三年（公元 1524 年），明御史陈洪疏奏云：“商茶低伪，悉征黑茶……官商对分，官茶易马，商茶给卖。”16 世纪以前记载的黑茶，是指四川由绿毛茶经做色后蒸压而成，湖南黑茶在四川黑茶之后，是在初制中做成。据《明史·食货志》记载：“神宗万历十三年（公元 1585 年）……中茶易马，惟汉中保宁，而湖南产茶，其直贱，商人率越境私贩。”可见，当时禁止越四川境内私贩湖茶。因此 16 世纪末期，湖南黑茶兴起。湖南黑茶原产于安化，最早产于资江边上的芭芭园，后转至资江沿岸的雅雀坪、黄沙坪、晒洲、江南、小淹等地，以江南为集中地，品质则以高家溪和馬溪为最著名。过去湖南黑茶集中在安化生产，现在产区已扩大到桃江、沅江、汉寿、宁乡、益阳和临湘等地。历史上最盛时期的黑毛茶产量，是光绪年间，年产 14—15 万担。现在黑毛茶产量已超过 50 万担，比 1950 年增加了 4 倍以上。

湖南黑毛茶经杀青、初揉、渥堆、复揉、干燥等五道工序而制造成。黑毛茶分为 4 个级，高档茶较细嫩，低档茶较粗老。一级茶条索紧卷、圆直、叶质较嫩，色泽黑润。二级茶条索尚紧，色泽黑褐尚润。三级茶条索欠紧，呈泥鳅条，色泽纯净呈竹叶青带紫油色或柳青色。四级茶叶张宽大粗老，条索扁皱折，色黄褐。湖南黑毛茶内质要求香味醇厚，带松烟香，无粗涩味，汤色橙黄，叶底黄褐。

以湖南黑毛茶为原料制成的紧压茶有黑砖茶、花砖茶、茯砖茶和湘尖等，主销新疆、青海、甘肃、宁夏等省区。

（编者整理）

茶文化

茶 筹

一堆竹片，小小扁扁，手指长短，篾面粗细。猛看不打眼，细审不一股，厚薄包浆诉说悠久年轮，烙烧烫字显示不凡阅历。

这是什么竹片？是古徽州茶筹。审视这些竹制茶筹，所有青篾的那面，均带有黑色烙印的文字。字不多，也不大，多数无法看清，只有少数能够辨别。有“求兴”、“永盛”等字样，那是茶号的名称。

茶筹是茶馆向客人收取茶钱的凭证，上面书有茶馆商号和茶名，作用相当于现有的消费券。筹，本是算具。古代没有计算器，一般用竹木削制成筹来进行运算。有了茶筹，茶馆的掌柜不用算盘就可以结算出茶钱了。

茶筹文化是中国茶文化的一部分，也是一种特殊的文化现象。通过对它的年代进行研究，可以还原清末民初的茶楼风貌，再现市井文化。

2009 年 7 月 18 日，中国茶文化研究又有了新发现。一百零三枚茶筹首次亮相于中国茶叶博物馆。专家初步认为，中国茶筹的历史由此向前推至清代至民国初年。

虽然茶筹留存至今的很稀少，成套出现的更是难得，却有一种和它用途差不多的“酒筹”。“和茶筹相比，关于酒筹的史料记载更多。除了能计算饮酒杯数之外，还能充当行用的筹码子，这对研究茶筹有借鉴意义。

（编者整理）



定。省农业厅厅长任永昌曾亲临乌蒙韵视察工作，对乌蒙韵发展提出了“五项坚持”的重要指示：一是坚持科技引领，促进乌蒙韵茶叶产业科学化发展；二是坚持市场导向，生产适销对路、满足生态要求的茶叶产品；三要坚持与专合社积极合作，结成风险共担、效益双赢共同体，走产业化发展的路子；四是坚持紧紧依靠政府、部门，解决乌蒙韵发展过程中不断面临的各种难题；五是坚持组织化管理，常抓不懈不放松，完善组织结构形式，激发群众主动性、创造性、积极性。

朱小东总经理补充说，我公司又好又快发展还得益于筠连县悠久的产茶史和良好的生态环境，以及强势品牌——乌蒙韵的打造。

他说，筠连县坐落于中国西部川滇黔交界处，几千年来，绵延不绝的“茶马古道”纵穿筠连县城，“五尺道”形象传递着筠连人民不畏艰难、开山筑路的英雄气概。自先秦以来，制茶和售茶就是筠连的主要经济方式，土壤天然富硒，制茶工艺纯熟。为了打造强势品牌，我们坚定地走产学研合作发展之路，借智借脑，中国茶叶研究所副所长、中国茶叶学会理事长江用文研究员，西南大学食品科学院茶学系主任、全国高校茶学教材编写指导小组成员、博士生导师董华荣教授等知名专家学者是我们专家团队的重要成员。我们紧密合作，积极研发红茶新工艺、新技术、新产品。我们与北京明德天盛投资管理服务中心签订了战略合作事宜，明德天盛全程辅导乌蒙韵公司上市所有工作。与明德天盛合作以来，明德天盛针对乌蒙韵公司的战略目标、财务、法务、商务等各项具体事项，提供了专业分析和针对性解决方案。正因为有各方面的大力支持，加上我们的自身努力，所以 1 年间我们公司就实现了企业跨越式发展。

朱小东最后表示：乌蒙韵公司成立以来，始终秉承“科技支撑、品牌先行”的战略思路，始终坚持“诚信为本、质量第一”的经营方针，始终坚定“造福桑梓、回馈故里”的社会理念，始终以“做强、做大筠连茶产业”为根本目标，始终以“带动乡邻致富”为主要任务。在做好茶叶产业同时，乌蒙韵积极带动当地百姓“脱贫、致富、奔小康”，让筠连红茶走出宜宾、走出四川、走向全中国，让“川红故里”的响亮名片响彻全世界。



●四川省农业厅厅长任永昌（右起 3）在总经理朱小东（右起 4）、副总经理谢国华（右起 1）的陪同下视察乌蒙韵茶叶公司

场上中国茶叶多是大宗贸易，经营者不是茶叶生产的主体，多为二手经销商，他们对品牌塑造不热衷，只追求短期利润。这对中国茶叶在海外市场上塑造长期的形象没有帮助。

要让中国名茶真正变为世界品牌茶，不只是一个牌子问题。实施企业品牌战略，打造中国茶品牌，已经成为中国从茶叶大国走向茶叶强国的必由之路。另一方面，海外市场是一个快速消费类市场，而中国传统的茶文化难以适应现代生活的快节奏。创新和突破，成为茶业企业进军海外市场的必经之路。

面积第一、产量第二、出口第三、创汇第四，一直是中国茶叶在国际市场的真实写照。人们一提到中国茶，仅仅会想起西湖的龙井、武夷山的岩茶、云南的普洱等等，但这些都是茶的原产地种类，而并非品牌。据不完全统计，中国有近千个茶叶品牌，而拥有一定知名度的品牌确实凤毛麟角。小而分散、有品类而无品牌是国内茶企最突出的特征。

北京农学院经济管理学院副教授周云认为，“立顿”红茶并没有特别好的味道或很突出的特点，但其销售量占据了世界红茶近一半的市场，就是因为它用的是一个品牌而不是地理标志。反观中国的茶业，在国际市

场没冷水中，亦急出，冷水泻之，元气复矣。”读者不妨一试。

3、紫砂茶具独特的十大益处之三：紫砂陶是一种介于陶和瓷之间，属于半烧结的精细茶具，具有特殊的双气孔结构，透气性极佳且不渗漏。由于这种特性，所以它能吸收茶汁，壶经久用，自然能于内壁累积出“锈（茶山）”，此时即使不置茶叶，单以沸水冲入亦能泡出淡淡的茶香来。（也由此可知“一壶不事二茶”的原因）。

4、紫砂茶具独特的十大益处之四：紫砂茶具使用越久，不但壶身光泽越加光润，而且据《阳羡茗壶系》载“壶经久用，涤拭日加，自发然之光，入手可鉴”，此即指常用干布摩拭，更显气韵温润，这也正是国人热衷的“养壶”。

5、紫砂茶具独特的十大益处之五：紫砂器具具有耐热性能，冷热急变性佳，寒天腊月即使注入沸水，也不易因温度遽变而胀裂。（壶身有暗伤者，另当别论。）

6、紫砂茶具独特的十大益处之六：紫砂砂质传热缓慢，执用时较不易烫手，且性耐烹烧，可放在温火上炖煮，所以用紫砂制成的紫

又好又快奔辉煌

——四川筠连县乌蒙韵茶叶有限公司掠影

■ 本报记者 李国政 黄戎

李克强总理反复强调，要打造“中国经济升级版”。这就是要求在深化改革、调整结构的过程中处理好发展质量与发展速度之间的关系，在淘汰落后产能，完成节能减排硬指标，保护好生态环境的基础上，去实现产业转移、产业升级、科技创新等目标，以期发展质量、效益与发展速度相协调。切实做到又好又快发展，对中国经济界、企业界、产业界而言，这是一项艰巨而光荣的任务。

近日，企业家日报记者在四川筠连县采访，发现了又好又快发展的个案，它就是筠连县乌蒙韵茶业有限公司。

在该公司初茶厂，副总经理谢国华热情接待了企业家日报记者。据他介绍，筠连县乌蒙韵茶叶有限公司是一家民营企业。在国务院实施“乌蒙山片区扶贫开发”战略、四川省委、省政府打造千亿茶产业，以及四川省宜宾市打造百亿茶产业的大背景下，于 2012 年 10 月成立，从事“川红”茶叶种植、生产和销售。

经过一年发展，该公司现有茶叶初加工厂一个，茶园基地 7000 余亩。在今年四川（国际）茶博会上，乌蒙韵红茶获得金奖。

该公司总经理朱小东向企业家日报记者介绍了精深加工基地的建设情况。他说，乌蒙韵茶业有限公司精深加工基地正在紧锣密鼓建设中。基地位于筠连县海瀛食品工业园，占地约 60 亩，预算投资 2.2 亿元，一期投资 1.688 亿元。2014 年 10 月，乌蒙韵海瀛工业园第一条国际一流的工夫红茶标准化、清洁化、自动化、智能化精制生产线和全球领先的抹茶工艺生产线将建成投产。海瀛工业园精深加工基地全部建成后，将形成年加工高品质富硒筠连红茶 2400 吨的生产能力，实现年产值 5 亿元，年平均利润总额将达到 9200 万元，形成 15 万亩的茶叶种植基地建设规模，促使种茶农户年均增收超过 3000 元，带动 7

万茶农共同致富。

短短 1 年，筠连县乌蒙韵茶叶有限公司何以做到了又好又快发展？谢副总的回答是得益于以市场为导向的创新运作模式。

公司 + 专合社 + 茶农

谢副总结，传统的公司把茶园基地承包后，再找员工来管理茶园，但这种方式有很多弊端。第一，茶园一般都在高山上，生活条件都比较差，有技能，有知识的高科技的人才不愿去常住。第二，公司自己管理有很多漏洞。如，用当地劳动力，容易出现出工不出力，即使把茶园管理好了，费用成本都比较高，劳动者属于零头工，根本没有创造性，无法调动积极性；采茶的季节性很强，当茶叶发出芽头时，需大量的人员采摘，而当地茶农自己都种茶，他们都不愿帮公司手摘，除非给他们高于成本的工钱；公司用高效低毒农药，农民会在公司茶园用小部分农药，多数农药都拿回自己茶园用，外地零工，他会把农药、肥料低价出售给当地茶农；采摘独芽时，由当地或外地人来手摘，公司采摘费用为每斤 15—20 元，而当时锋叶价在市场上卖 35—40 元一斤，由于金钱的诱惑，采摘人员会用小部分茶叶交给公司，而把大部分藏在茶树下，待公司管理人员走后，再拿来卖给其他加工商以或取不当利益。我们的创新运作模式可以消除这些弊端，堵死漏洞。

谢国华接着向企业家日报记者详细介绍了创新运作模式：1、公司将茶农的茶园进行土地流转，公司无偿给茶农每亩土地 16.00 元，采摘权和收益权归茶农，但茶农必须服从公司管理。2、为了使公司的各项控制指标，尤其是农残控制指标落到实处，就成立了“茶叶专业合社”，专合社成员都是当地的种茶大户、村领导，他们都具有代表性、带动性，也清楚谁家有人采茶，谁家有多少茶园。公司就把流转好的土地交给专合社来管理。4、为了得

面积第一、产量第二、出口第三、创汇第四，一直是中国茶叶在国际市场的真实写照。人们一提到中国茶，仅仅会想起西湖的龙井、武夷山的岩茶、云南的普洱等等，但这些都是茶的原产地种类，而并非品牌。据不完全统计，中国有近千个茶叶品牌，而拥有一定知名度的品牌确实凤毛麟角。小而分散、有品类而无品牌是国内茶企最突出的特征。

北京农学院经济管理学院副教授周云认为，“立顿”红茶并没有特别好的味道或很突出的特点，但其销售量占据了世界红茶近一半的市场，就是因为它用的是一个品牌而不是地理标志。反观中国的茶业，在国际市

倾力打造强势茶叶品牌 拓展海外市场时不我待

“中国茶文化源远流长，中国人在茶文化内涵的开发与对本土市场的控制上更是世界第一，但中国茶的海外之行却步履维艰，七万中国茶企还拼不过一个立顿。”碧生源控股有限公司董事长兼 CEO 赵一弘不无忧虑地说。

据了解，中国有茶厂 7 万家，平均每个茶厂年生产茶叶 20 吨，是名副其实的产茶大国。2012 年的销售数据显示，仅张一元大栅栏店一年的销售额即突破一亿元人民币大关，传统销售模式的盈利能力不容置疑。但中国茶在国际市场上的成绩单却很不理想，7 万中国茶企红茶的总销售额却比不过英国立顿一家。

茶具

紫砂茶具独特的十大益处

紫砂茶具带给人们的不仅仅是它作为器具的属性，更多的是一种文化上的积累和沉淀，是一种精神国度的构建和延续。持一把精致的紫砂壶，品一杯上好的茗茶，于江南烟雨中品百年风流，悟一世禅机，岂不快哉！关于江南文化的内核，我们或许能从历史留给我们的这样一个版图的各个角落感触一二。关于江南文化对江南人潜移默化的熏陶，我们或许能从贩夫走卒的点滴生活里、从小桥流水的屋檐下窥见一斑。而宜兴紫砂壶，无疑是江南文化一个很好的载体和浓缩。

紫砂虽小，却壶通大道。人们在追求物质生活的同时也需要精神世界的建构。紫砂壶的存在，使人们有了一个养气的媒介。一块紫泥，在点石成金的巧思里，承继着文人风雅，流转着世代交替，同时也将人类的才情融捏于寸土之间。壶中天地大，这天地是排除一切物质、利益、私欲之外的另一种境界，集儒释道三家之精华，包含了人们对自我、对自然、对人生以及对世界的思索和感悟。于繁杂世事中，觅得一处沉静的心灵

空间。自古茗壶似名人，壶的风格与古代文人雅士一样，各有千秋而绝不雷同，造就了一幅秀丽的画卷。其实不为人所知的是，紫砂茶具除了文化的传承之外，还有的就是独特的十大益处。

1、紫砂茶具独特的十大益处之一：“宜兴茗壶，以粗砂制之，正取砂无土气耳”又“茶壶以砂者为上，盖既不夺香又无熟汤气，故用以泡茶不失原味，色、香、味皆蕴”，上述为古人总结的心得，易言之，以紫砂壶来泡茶，只要充分掌握茶性与水温，当可泡出“聚香含淑”、“香不涣散”的好茶，比起其它材质茶壶，其茶味愈发醇郁芳香。

2、紫砂茶具独特的十大益处之二：紫砂壶“注茶越宿，暑月不馊”，茶汁不易霉馊变质，且不易起腻苔，所以清洗容易，不费周章。值得一提的是，此处所指的“暑月不馊”，即夏日隔夜亦不馊，虽然就茶道而言，理应“旋沏旋啜”、“宜倾竭即涤去停渣”，即随泡随饮，事毕即清除茶渣，但现代人生活繁忙，将茶渣留于壶中数日亦是常事。对此，清人吴骞记载了他的洗壶妙方：“壶宿杂气，满贮沸汤，倾，即