

# 红茶是筠连一张有底蕴的名片

## ——全国茶叶专家筠连红茶品鉴会和筠连红茶产业发展专家研讨会记

■ 本报记者 何沙洲 通讯员 陈小芳

9月1日,江苏省茶叶学会理事长、主任张定,中国茶叶学会副理事长王云,中国茶叶学会、感官审评与检验专业委员会副主任兼秘书长刘栩,浙江大学教授龚淑英,福建农林大学教授陈金水以及从事茶产业的负责人等来自全国各地 45 名茶叶专家在四川筠连县,对筠连境内 30 余种茶叶从观形、查色、闻香等方面进行了品鉴,并就筠连红茶在未来发展中的种植、制作、销售等方面提出宝贵意见。

“做茶就像做人一样,靠的是信誉和口碑,让大家建立起对筠连人和筠连茶的信任感,才是最有价值的。”刘栩在筠连红茶产业发展研讨会上表示,红茶是筠连一张有底蕴的名片,如何把这张名片递出去,是未来的一个方向,要顺势而上,筠连的“川红工夫”有自己的特色和优势,这在未来的生产过程中,是应该继续保持的。

### “筠红工夫早白尖”川南第一个跨出国门夺得世界金奖

筠连县地处云贵高原乌蒙山余脉,自然条件十分适合优质茶叶的生长。茶园土壤多为山地黄泥及紫色砂土,一般地势较高,伏旱影响不大,最宜发展红茶生产。建国以来,筠连县作为全国茶叶创汇基地县,以川红进入东欧市场,筠连所产红茶,在贸易上称为“川红”,1956 年,国家投资兴建筠连茶厂。建厂以来,筠连茶厂创下了辉煌业绩。1985 年筠连县生产的“筠红工夫早白尖”获得葡萄牙里斯本第 24 届世界优质食品评选会金质奖,成为川南第一个跨出国门夺得世界金奖的产品。

近年来,筠连县委、县政府紧紧围绕“建成强县,率先小康”目标,把茶业作为产业转型升级和脱贫攻坚的主导产业来抓,深入推进新一轮西部大开发和乌蒙山片区扶贫开发国家战略,强化开放合作,做强做大红茶产业,依托茶产业基础好、规模大、品牌响等优势,大力发展红茶产业,实现了产量、产值和种植面积的三大突破。2015 年,筠连茶园面积达 20.07 万亩,其中无公害基地 4 万亩,茶叶总产量达到 9301 吨,茶叶综合产业达到 12.5 亿元,其中红茶产量 4038 吨,红茶产值 4.15 亿元。预计 2016 年底筠连全县茶园面积达 25 万亩,红茶产量 4500 吨,红茶产



● 专家学者们品鉴筠连红茶



● 专家学者们研讨筠连红茶

值预计实现 4.6 亿元。

据悉,2015 年筠连红茶被国家农业部批准为农产品地理标志,2016 年区域公用品牌价值已达 7.29 亿元。目前,筠连县在工商部门登记注册的红茶企业共 7 个,其中省级龙头企业 2 个,市级龙头企业 3 个。

### 借助地域优势做出自己的特色是筠红产业做强的大方向

9月1日上午,在筠连县海瀛工业园区,一场别开生面的全国茶叶专家红茶品鉴会拉开了帷幕。“一看二闻三品尝”,茶界专家学者在海瀛园区的宜宾醒世茶叶公司企业技术中心举行的筠连红茶品鉴会上细致认真并且拿出本子做着详细记录。

“萎凋、杀青、回水、做型、干燥……经过一系列繁琐的工艺,杯中茶才能呈现我们

面前……”专家学者们对宜宾醒世茶叶公司提供的包括黄金白露、长江红等 30 个品种进行了现场品鉴,对干茶、香气、汤色、滋味、叶底五个方面进行了评审。通过“望、闻、品、嗅”,观外形、品内质,选出其中的优秀品质,并对其他红茶进行了定级分类。筠连红茶以“外形紧细、秀丽,金豪显露;香气馥郁,天然花香、果香彰显,滋味鲜醇,回味悠长,具有浓厚地域风格”的特点得到了评审专家的一致好评。

当日下午,筠连县邀请全国知名茶叶专家学者们在浙江酒店召开筠连红茶产业发展研讨会。筠连县委书记王萍代表县四大班子欢迎各位专家的莅临,同时介绍了筠连的红茶品牌及基本情况;县委副书记、县长刘朝平就筠连红茶历史沿革、筠连红茶产业发展现状及筠连红茶产业发展方向作了简单

介绍。专家学者们分别结合上午红茶品鉴会体验感受对筠连红茶发表了自己的看法,就筠连茶产业的发展给出了宝贵的建议。“筠连县天然茶叶的材质是极好的,借助地域优势做出自己的特色是筠连红茶产业做强的大方向。”专家学者们一致认为,筠连红茶历史悠久,依靠独特的资源禀赋极具地域特色;要在品质提升上狠下功夫,让标准立起来、标准严起来;产业要发展离不开龙头企业

的带动作用 and 产品的推广营销,筠连红茶需要在理念创新上再下功夫,在龙头企业扶持培育上再下功夫,在茶产业发展队伍培养上再下功夫。

“筠连的红茶种类很多,体现了‘川红’的特点,比如外形非常漂亮,披负金毫的黄金白露,以及色泽乌润的筠连红,都给我们留下了很深的印象。”中国茶叶学会副理事长、感官审评与检验专业委员会主任、江苏省农业委员会研究员张定在谈到她对筠连红茶的感受时说到,“在筠连看到那么多优质的红茶,我感到很高兴,筠连的红茶滋味醇和、香味浓郁,还有部分产品带有较高的花香。同时,她还就筠连茶叶的市场提出了三个方面的建议,“在市场开发方面,要争取多种类多产品;在市场开拓方面还需要下更多的功夫;而对于市场自身的打造,茶叶品质的提升还有很大的空间,对于农民素质的提高需要做更多的准备。”

“从外观上来讲,我们的筠连红茶做得非常的细秀、匀整,有的是金毫满胚,所以各种从形状上来说都是非常美的;从汤色上来说,由于发酵程度不一样,品种不一样,有橙红的有红艳的有红亮的,还是比较多样性的;从香味上来讲,我们有甜香、花果香,以比较鲜气很重的香味为主,特别是有些玫瑰香,香气比较富裕饱满;从滋味的角度来说,大部分比较醇厚甘爽,让人喝了比较愉悦的,当然也有小部分的茶需要改进,火工不足啊,涩味比较偏重一点。从总体上来讲筠连茶外形优美做工精细,底蕴发挥比较好,地理条件也比较好。”浙江大学教授龚淑英如是说。

刘栩还就茶产业链条上各个环节的发展提出了建议。他说,目前,在地域特色、品种特色上,筠连红茶还没有把这个潜力充分发挥出来,品质方面也还有更大的提升空间。

# 这片叶子将更富安居百姓

## ——安茶集团组织茶农共建基地记

■ 本报记者 何沙洲

浙江安吉县安茶集团不久前召集了近 40 位安吉本地茶农,召开订单农户代表座谈会,并举行订单茶园签约仪式暨茶园标准化管理培训会。

安茶集团技术总监陈锁表示,安茶集团优质的产品质量,其中三个重要环节取决于订单农户,即茶园的生态环境、科学的茶园管理,以及标准的采摘质量。

同时,成为订单农户以后,安茶集团会通过自身技术中心力量及邀请茶学专家进行肥培管理培训,提供农资管理技术支持。并在标准化茶园管理中实现“四个统一”,即统一标准、统一农资、统一检测、统一收购。通过此次座谈会,众多茶农表达了与安茶集团合作的意愿。

安茶集团生产技术团队先后考察了意向茶农们的茶园,从茶山的生态环境、茶园的

生长情况、土壤的质量等方面科学考量茶园质量,从而锁定了一批高质量的茶园成为

订单茶园。在实现科学、规范的茶园管理的同时,保证了安茶集团鲜叶品质和来源的稳定性。

在安茶集团举行的订单茶园签约会议暨茶园标准化管理培训会上,邀请了安吉本地茶叶种植专家、溪龙乡农办主任钱义荣现场解读“白叶一号”茶树的肥培管理与病虫害防治,以科学的角度与茶农们分享了茶园管理的知识。

会上,60 余位茶农与安茶集团现场签订订单农户合作协议,而这 60 余位茶农的指定茶园也将成为来年茶季安茶集团鲜叶的首批主要来源。

安茶集团生产总经理马荣达表示,安吉白茶园全国仅有 17 万亩,随着安吉白茶在全国的知名度和美誉度持续提升,资源已经进入宝贵期。

与茶农签订合作协议,把茶农组织起来,建立长期的合作模式,可以通过种植技术提升增加茶园产量,通过标准化管理提高茶叶品质,通过多品类开发提高资源利用效



● 与茶农签订合作协议

率,在保证安茶集团产品品质的同时,实现农民增收,使一片叶子更富一方百姓。

同时,在每年鲜叶采摘结束后,安茶集团会根据茶园管理标准执行情况、农事记录完成情况以及鲜叶质量评级情况等,综合评选出优质农户给予二次返利,在提高茶农们对于高质量鲜叶意识的同时,使茶园管理水平持续提升。

安茶集团订单农户方玉芬表示,对于此次与安茶集团合作,她充满了期待。她说,增加茶园的收入是肯定的,首先高品质的鲜叶保证了高收入,其次,安茶集团又陆续推出了极白氨基酸红茶和极白氨基酸老白茶,延长了产业链,同时延长了鲜叶的采摘期。方

玉芬惊喜地表示,明年,茶园的采摘期可以延长至少一周,这对茶农们来说,也是一笔可观的收入。

安茶集团负责人表示,极白安吉白茶在未来的发展中,一定会坚持发挥品牌引领作用,激发企业创新创造活力,促进茶产业的生产合理配置,提升产品品质,实现价值链升级,增加有效供给,提高供给体系的质量和效率;引领消费,创造新需求,树立自主品牌消费信心,挖掘消费潜力,更好发挥需求对经济增长的拉动作用,满足人们更高层次的物质文化需求;同时发挥企业在环境保护、资源节约、公益慈善等社会责任。

# 茶产业市场容量超过 3000 亿 为何行业无巨头？

中国茶产业已经千年的历史了,在“振兴茶业”的呼声中,我国茶产业走势渐好。据悉,茶行业市场容量已经超过 3000 亿元,但是调查发现 7 万茶企仅 11 家上市或挂牌,这种行业巨头缺失的状况是为什么呢?我们来看看业内分析。

记者统计,截至 8 月底,全国只有 9 家茶企挂牌新三板,2 家在港股上市,规模依然有限。在这 11 家企业中,营收达到亿元以上的寥寥无几。

有业内人士分析说,长期以来由于茶叶产品难以实现标准化,质量缺乏保障,绝大多数茶叶还处于土特产粗加工的状态,整个行业显得弱小而混乱不堪。八马茶业董事长王文礼表示,全国茶企约有 7 万家之多,但估计品牌茶企在行业中的占比不超过 10%。

### 行业无巨头

近年来,我国茶园面积和茶叶产量均保持稳定增长。据 Wind 数据,2014 年精制茶行业收入达到 1669 亿元,近十年复合增速

35.81%,茶叶产量达到 244 万吨,近十年复合增速 18.62%。

然而,这个超过 3000 亿元规模的行业却没有诞生巨头。“许多茶企是家庭式的,没有大资本投入,很多企业一年营收就是两三百万元。”业内人士梁军(化名)说,茶叶消费受地域影响大,每个地方都有不同饮茶习惯,比如北方普遍爱喝花茶,广东、福建爱喝乌龙茶,江浙地区爱喝绿茶,能够满足全国口味的茶很少。

据统计,目前只有天福茗茶、龙润茶两家公司在港交所上市,没有一家在内地主板 A 股“喝茶”,只有少数实力稍强的茶业“取道”新三板寻觅资本融资。8 月 9 日,古树普洱茶生产企业中吉号挂牌成功,成为第 11 家与资本市场接轨的茶企。

即便是天福茗茶规模也相当有限。天福茗茶中报显示,今年 1-6 月实现营业收入 7.41 亿元,较上年同期下降 5.8%。溢利 0.82 亿元,同比下滑 17.8%。按照 2014 财年 16.89 亿元的营收计算,排名第一的天福茗

茶在精制茶行业占比仅 1%。而在新三板茶企中,去年收入过亿元的只有谢裕大和八马茶业。

在业内人士看来,要在数量多、产业分散的茶行业突围,只有走上品牌化道路。中吉号董事长杨世华谈到,以前很多普洱茶企业不注重品牌建设,或是仅把品牌当做外在形象,忽视提升内在品质,也缺乏品牌开发的宏观指导与战略规划。

### 标准化程度低

由于标准化程度低,很多茶企业的产能难以得到充分发挥,规模化遇阻。王文礼曾告诉记者,标准化最难的就是将评判标准量化,比如采摘度、发酵度、烘焙程度等,甚至在品茶环节更难,比如固化茶的香气、甜度、汤色、滋味等。

欧睿信息统计数据显示,2010 年天福茗茶和大益分别只占有 3.72%、3.61%的市场份额,合计不超过 10%。

杨世华表示,近年来茶叶消费一直在普

及,饮茶人群一直在提升,很多茶企加大工艺制作和研发力度。随着茶叶价格回归理性,消费型茶叶逐渐占据市场主导,整个行业将持续增长。

八马茶业董秘吴庆祥也表示,年轻消费者对品牌的接受程度更高,现在国内茶企品牌力不够,放在商超货架上很难吸引消费者,品牌化的路还很长。

不少企业也开始发力电商渠道。天福茗茶在半年报中提到,为了吸纳更多宁愿在网上购买茶产品的客户,公司一直留意开展互联网销售的机会。

梁军表示,电商渠道品牌、价格优势明显,但前提是品牌必须得到消费者认可,否则仍是价格战的低端竞争,很难真正给企业带来利润。以铁观音为例,100 元以下的单品最受欢迎,但运费就占到总价的 10%,如果是铁罐包装成本就更高了,因此茶企做电商更多是提高品牌曝光度。“随着行业有序发展和竞争,未来茶行业前景很好,也会诞生有规模、实力的企业了。” (据港澳资讯)

## 西湖龙井茶有了“欧盟通行证”

浙江杭州西湖龙井茶拿到了“欧盟通行证”。日前,“中欧互认互保”——西湖龙井茶(龙井茶西湖产区)地理标志产品国际化运用试点启动。

“中欧互认互保”是由我国国家质检总局和欧盟委员会共同推动的“10+10”地理标志互认互保项目,简单来说,就是中国与欧盟各自指定的 10 个产品,到了对方的国家是受到保护的。

在这项“10+10”的互保试点清单中,我国的 10 个产品中龙井茶就是其中一个产品。也就是说,我国的产品到了欧盟是可以受到成员国保护的。

杭州的龙井茶有三个产区,分别为西湖、钱塘、越州。西湖风景名胜区分是西湖龙井茶的主产区,涵盖了 7 个龙井茶基地,产地有 6000 余亩,2016 年上半年,龙井茶产量有 1009 吨,产值达到 1.18 亿元。

目前,景区已经有 42 家企业的 42 个产品被国家质检总局批准使用龙井茶(西湖产区)地理标志。

怎么才能区分“欧盟通行证”的西湖龙井茶?据西湖景区监管分局副局长陈晓东介绍,西湖龙井茶叶包装上贴有“欧盟原产地保护”标识,新标识的左侧为欧盟标志,右侧则是一个二维码,通过扫二维码可以得到生产商、产品介绍、生产工艺等信息,还有中英文对照。

拿到了通行证的龙井茶,怎么走向海外市场?陈晓东表示,目前这种包装的龙井茶会在国内市场先行进行推广,接下来推广到海外市场,还要根据各家企业自身的销售模式“走出去”。

(顾寅钢 潘婷婷 许逸雯)

## 贵州大力推动茶产业标准化发展

“茶叶如果没有一个标准,那我们就没法向世界推荐它。葡萄酒就是有一个统一的标准,才风行全球”,贵州省农业委员会、省茶办常务副主任胡继承说,“有一天,所有人都认识贵州茶叶、认可贵州茶叶,贵州茶叶才算真正的发展”。

作为老茶人,胡继承希望发展茶产业,贵州原料、贵州制造,特别是贵州冲泡和贵州茶文化能通过茶艺师的一招一势把贵州茶推荐给中国、推荐给世界。

此前,为发展茶产业,贵州出台《贵州省茶产业提升三年行动计划(2014-2016 年)》,提出“标准化、规模化、产业化是贵州推动茶产业的核心”,为此贵州积极探索发展茶产业的新路子、新方法,逐渐向全世界推广贵州茶。可追溯的科学数据、标准化的拼配和透明的价格体系,成为贵州推动黔茶前进的三大法宝。

“一个产品,必须是大众消费品才能成为大产业。”一直致力于贵州茶走向世界的胡继承认为,“贵州短短几年的时间成就了贵州茶在中国的几个第一”,贵州的茶现在在最薄弱的环节之一就是茶叶冲泡的技艺和茶的推荐。为此,贵州连续多年举办斗茶大赛、茶艺比拼等赛事,其目的就是推广贵州茶、推广发展贵州茶艺和文化、探索统一茶的标准。”

作为拥有迄今为止世界上最古老的茶籽化石的省份,贵州凭借着高海拔、低纬度、寡日照、多云雾的气候条件,出产的茶叶质量一直保持着较高水平。

根据贵州出入境检验检疫局发布数据显示,2016 年 1-7 月,贵州省出口茶叶 42 批,496.7 吨,创汇 2035.4 万美元,同比增长 67.6%。其中,绿茶 18 批,238 吨,356.3 万美元;红茶 24 批,258.7 吨,1679.1 万美元。出口对象从缅甸、越南等周边国家扩大到欧美和我国港澳台等经济发达的国家和地区。

(钟实)

## 中国焙烤食品糖制品工业协会筹备咖啡产业分会

中国焙烤食品糖制品工业协会咖啡产业分会(以下简称咖啡产业分会)筹备会近日在北京召开。会议由协会朱念琳理事长主持,协会巩生林副理事长、张九魁秘书长、张帅副秘书长、饼店委员会缪时群秘书长等协会相关部门负责人及相关咖啡企业的代表出席了此次会议。

中国的咖啡产量占全球咖啡产量的 1.5%。随着周边国家和地区咖啡消费的风靡,中国咖啡的消费群体也逐渐形成。咖啡消费的发展速度和成长空间越来越受世界所瞩目。尤其是近年来复合型西饼店的咖啡水吧的兴起,加快了咖啡在中国的发展步伐。

会议就成立后咖啡产业分会所要做的工作进行了深入讨论并达成共识:一是深化行业服务,提高行业参与性。用培训、论坛、竞赛、展会、出版物等手段加强咖啡产业分会的影响力,实实在在为企业和行业做事,推动咖啡行业又好又快的成长。二是拓展国际视野,增强国际延展性。加强国际交流,搭建国外交流平台,包括和国外主要咖啡产区建立联系,和国外的主要原辅料及工具供应商建立关系,加强国际培训合作及信息交流,引进和参与国际竞赛项目。三是结合行业现状,规范行业发展。建立健全相关咖啡行业标准,完善行业人才培养体系,推动行业可持续发展。

最后朱念琳理事长指出,鉴于咖啡行业发展的现状,为了更好、更快的加速西点和咖啡的融合,深化行业服务,中焙糖协决定筹备成立咖啡产业分会。行业发展要靠大家共同参与和努力,希望参会企业不遗余力。与会代表一致认为,中焙糖协筹备成立咖啡产业分会是必要的也是及时的,为咖啡行业的发展添上浓墨重彩的一笔。(鲍小铁)