“明前茶”大批量上市，龙头茶企内销份额小；名品众多未成合力，政策支持难见实效

徽茶，向着“立顿”艰难前进

“明前茶，贵如金”。“明前茶”，是清明节前采制的茶叶，受虫害侵扰少，色翠香幽，为茶中佳品。大多茶企的“天价茶”、“高端茶”多产自这个时期。

22日，记者走访合肥多家茶叶市场，得到的消息均是，“目前只有小批量回馈老客户的新茶，安徽的明前茶还未真正上市。”

随后，记者与我省多家茶企联系，对方均表示，就在这两天，第一批新茶即将采摘上市。于是，记者踏上了皖南采茶之旅。


雨后初晴茶农上山采茶

探访

从田间到市场

茶农：摘茶3个月，净赚8000多

3月25日，刚刚被雨水清洗过的黄山市，空气纯净清新。这一天，位于该市休宁县松萝山上的茶园正式开园。

清晨6点多，46岁的茶农叶小红和同伴从家里出发，踩着沾有露珠的草地，一路小跑来到这里的茶园采摘茶叶。

叶小红自小在茶园长大。“从十几岁就开始跟着父母摘茶叶，到现在也有30年了。”提起茶叶，叶小红滔滔不绝，比如摘茶叶要眼疾手快，比如要摘大小适中、“两叶一芽”……

每年清明节前十来天，是采摘茶叶的最佳时期，这时的鲜叶最贵，最高可卖到50元/斤，此后收购价一路下降，到6月最低可降到0.8元/斤。而事实上，由于鲜叶中含有较高的水分，经过揉捻、烘焙等加工，使水分蒸发，平均4~5斤鲜叶才能做出1斤干茶叶。“所以在我们眼里，茶叶是很金贵的。”聊天中，叶小红不小心把一片茶叶掉落地上，她赶紧弯腰捡起来。

叶小红说，去年采摘茶叶短短3个月，就挣了8000多元，这对全家来说是一笔不小的收入。

茶企：内销艰难，主推外销加延伸产业链

黄山市松萝有机茶叶开发有限公司，就位于休宁县松萝山附近，是中国茶叶行业百强企业。

与其他很多茶企只在春季忙碌不同，松萝公司一年四季都很忙碌，因为该公司外销占主导，而外销的茶叶并没有季节限制，老外甚至更喜欢颜色偏黄的“旧茶”。

3月24日，周日，公司加工包装车间里，一箱箱包装好的茶叶整齐地码放在地上，几名工人正在把印有英文包装的茶叶往车上搬运。一名工作人员告诉记者，这一批茶叶即将出口到欧洲。

据董事长王光熙介绍，如今中国出口的茶叶大多是拼配茶，而徽茶是其中不可或缺的一部分。“我记得有次展会，一种出口茶里徽茶成分较少，老外喝了一口后直摇头，喊道‘NO！NO！’”

“公司每年的营业额在2亿元人民币左右，70%来自外销。”王光熙说，“我们是内外销相结合的，但内销这块，受制于地域和品牌影响力，很难让浙江、福建的人更多地接受徽茶，他们有自己的龙井和乌龙茶。另外，安徽茶叶本身就品牌众多，我们的内销重点也就在黄山与合肥。”

销售市场：“明前茶”采摘提早，价格销量齐下降

今年春节之后，温度回升迅速，浙江、福建等地，甚至出现“明前茶”提前一月上市的情况。

然而，记者探访多家徽茶企业后得知，黄山毛峰、雾里青、太平猴魁、黄山松萝、岳西翠兰等我省名茶，大多是这几天才真正大批量上市。

安徽天方茶业（集团）公司董事长郑孝和告诉记者：“今年虽说天气升温升得早，但是冷热变化较大，这段时间又多阴雨，真正大批量新茶上市，比去年也就提早了10天左右。”

谈到“明前茶”价格，各家企业均表示，较去年有所下滑。岳西翠兰投资公司的副总经理钱子华说：“明前茶品质好，一般都属中高端茶，但受到政策影响，现在团购送礼的较少，出现了量价齐跌的局面，大概下降5%~10%左右。”

业界争论：“明前茶”喝的只是概念？

多年来，“明前茶”深受市场追捧，甚至一度炒出天价。对此，省农科院茶叶研究所副所长、国家级茶叶技术专家廖万有则表示，“明前茶”纯属概念炒作。

“明前茶确实很嫩，很新鲜，但叶子较小，从营养学的角度而言，其内含物质也不够丰富。事实上，还是应该待到谷雨前，待一芽二叶、一芽三叶时采摘，才能制成最好的茶。”廖万有介绍说。

经营茶企20多年的王光熙也表示，“茶叶并不该一味追求早摘，好茶也不应该过分地依赖于季节性，如今制茶工艺改进，夏秋茶做成和春茶一样的口感，已经不是难题。

不过，对此，郑孝和却有不同见解，“‘明前茶嫩’、‘雨前茶香’，这两种茶品质都很好，均属名优、特级茶，明前茶产量更少，‘物以稀为贵’。当然，有人认为‘明前茶’营养不如‘雨前茶’，但芽茶和叶茶不同，芽茶是‘明前’最好，而大多叶茶，应该清明之后，谷雨前采摘最佳。”


今年第一批新茶

破局

向“立顿”学习

变“慢销”为“快销”

有资料显示，全球有20多亿人热衷于茶饮，茶叶品牌却首推英国立顿。对此，王光熙认为，徽茶行业一直以来都是“竖”着做：比如在六安就做瓜片，在黄山就做毛峰；另外，绝大多数的茶企均由“懂茶”的专家管理经营，导致茶叶产品过于专业，使茶叶成为市场上最典型的“慢销”行业，消费者无法区分、无所适从，更谈不上了解品牌内涵。

相反，立顿是“横”着做，不仅把各个品种当成口味，而且只瞄准消费者方便、快捷、经济、卫生的喝茶需求。

业内人士认为，品牌最重要的作用就在于简化选择，而专家做茶的结果，往往把消费者也当成茶叶专家，反而把茶叶这种大众产品做成了“小众”产品。立顿的成功就在于突破了茶叶传统的“慢销”模式，全面打开了“快销”通道。

依托名茶打造“大品牌”

“2012中国茶叶区域公用品牌价值十强”揭晓，祁门县“祁门红茶”品牌总价值20.42亿元，这是祁门红茶连续三年入围中国茶叶区域公用品牌价值十强。

对此，廖万有认为，打造徽茶品牌，关键要培育经营主体，壮大龙头企业，提升其营销能力和品牌意识，“品牌的形成是个长期积累的过程，只有企业强大了，才有实力在全国乃至世界范围内进行品牌运作”。

针对当前品牌杂、乱、弱的局面，郑孝和建议，政府要在抓好全省茶叶品牌资源的统计调查和归类整理的基础上，支持一个或几个龙头企业在相应主产区域进行品牌资源整合，规范历史名茶资源的使用，变各自为战为“一个拳头出击”，不断擦亮徽茶的“金字招牌”。

王光熙表示，茶叶应是富有文化的健康饮品，也是大众化消费产品，并非奢侈品。一些地方文化和整个产业已经背道而驰，太急功近利，把茶叶产品的一些本质东西丢掉了。他呼吁：“对于茶叶来说，培育品牌及规范市场是个很长的过程，企业应在做好产业之后赋予其文化灵魂，落脚点一定要做老百姓能喝得起的好茶。”

政府精准扶持更重要

采访中，记者明显感觉到，各茶企对政府的扶持和帮助，是非常感激的。当然，他们也都认为，政府能帮助得更好，在更准确的地方用力。

王光熙有句话，让记者记忆深刻，“这条机械化流水线，一年只用1个月左右，这跟茶叶的生产周期有关。说实话，要是能有设备补贴，或是能有更好的设备利用率，让我再出1000万，再做条流水线，我也愿意。”松萝茶的生产流水线，目前已被国内50多家企业模仿改造，但这里只有一条。

郑孝和同样也指出政府扶持的不足，“政府是在想方设法推动徽茶的发展，但我感觉，思路不够清晰。政府补贴扶持的重点在种植，可事实上，销售才是重点。种了茶，茶却卖不出去，种茶的人最终还是会放弃。我建议，政府应该多在品牌宣传推广上做扶持，比如在外地开设一个经销门店，补贴多少。又或者出资举团，不定时地让徽茶名企带着产品出去走一圈。”

今年2月，王光熙向黄山市相关部门建议把茶园基地建设和乡镇干部考核挂钩，当月就得到了答复，称将会酌情考虑，这也让他着实欣慰。

记者 张华玮 曾梅/文 李超钰/图

现状

徽茶三困

名气为何不够大？

采访中，茶企纷纷表示，很多外地客商在品尝过徽茶后，都会大为赞叹，同时也为这种品质极好却在全国市场上缺乏名气的绿茶扼腕叹息。

据省农科院副院长、省有机茶研究会理事长潘泽义向记者介绍，我省是国内名茶品种最多的产地，黄山毛峰、太平猴魁、祁门红茶、六安瓜片等，都是响当当的名字。但这种“广而散”的格局，又导致全省茶叶整体竞争力不足，不能形成强大的优势产业集群。

“我省茶企规模小、散、乱、弱，龙头企业和知名度高、影响力强的品牌较少。”潘泽义告诉记者，全省共有各类茶企近7000家，其中国字号龙头企业只有3家，茶企总体实力和规模普遍偏小，缺乏真正有规模、有实力的大型企业和国际知名品牌，难以凭借自主品牌占领国际国内市场。

在他看来，安徽茶企大都单枪匹马、各自为战，缺乏抱团策略，难以形成合力。与其他产茶大省相比，对企业、品牌和资源的整合力度不足，没有树立起徽茶的整体形象。

缘何难成品牌？

60年前，安徽与浙江、湖南并称中国三大茶叶大省，而到2011年，安徽茶业总产量、总产值在全国的位次，均在5名开外。

提到品牌，王光熙感叹说：“在安徽茶企中，做出品牌不是件容易事。”他表示，茶叶行业门槛很低，加之相关部门监管不到位，以至于消费者好坏不分，造成市场鱼龙混杂，很难在消费者心中形成固有品牌。

郑孝和也表示，“我们天方品牌推介，可以说取得了不错的效果。但想继续扩大企业知名度，把徽茶品牌推广到全国各地，实在是太困难了，那需要太大的成本投入。”

拥有类似想法的还有钱子华，“岳西翠兰也是中国名茶，品质上绝对不比龙井差，但品牌影响力就小了很多。一方面，龙井历史更加悠久，有先天优势。另一方面，政府和企业还没有形成合力。”

为何卖不上价？

论品质，徽茶不会比任何地方的差。

王光熙说，江浙沪地区茶行业开放早，税收低，政府政策放得开，而徽茶在上世纪90年代，还严禁城市间茶叶大量流通。“我还记得，曾经有过这样的规定，一个人离开所在乡镇或是所在县，带的茶叶不能超过两斤”，在王光熙看来，这直接导致徽茶起步迟、起点低，造成了先天不足的问题。

王光熙还表示：“区域拉动非常重要。比如浙江、福建的商人到全国各地经商，同时会把茶叶带到那里，这对茶文化和茶品牌的传播有着不可小觑的推动作用。而我省居民到外地多以务工为主，一是很少喝茶，二是很难推动徽茶走向高端。”郑孝和则直言，“政府官员，省内知名企业家，应该带着徽茶走出去。”

记者手记

徽州是个让人来了就不想走的地方，这里数不清的茶园和厚重的茶文化，吸引人们流连不已。在这里，茶的清香在指尖、杯盏间流动，像美妙的音符让人陶醉。

两天的采访，记者感受到的是徽州茶农的勤劳、茶企的努力，以及对徽茶未来的期盼。在这个以茶著称的古徽州，尽管徽茶行业发展面临诸多困境，但却没有人因此而放弃。不管是茶农、茶企还是政府，大家对振兴徽茶的决心从未消退。

正如一位品茶专家所说，徽茶不仅是茶叶，更是渗透进徽州人血液里的文化积淀。我们希望徽茶能像当年的徽商一样，创造出新的传奇。


松萝茶厂制茶车间

华然，安徽高品质家装倡导者
华然装饰 HUARAN DECORATION
选华然装饰 送科勒产品
全球品质 惠享生活
华然家装惠购节 3月23-31日
装饰选华然，科勒送好礼
整装乐购风，全城喜乐惠
小区团装会，邻里聚划算
活动送出100台 科勒 KOHLER
市场价3542元
更多装饰特惠/团装团购/主材促销内容请亲临现场了解
黄山路与潜山路交口北侧新华优阁A座 0551-65597722 65563388