

撤地设市十周年 福建宁德茶业工作回顾

■ 陈道兴

2010年是福建宁德撤地设市10周年,也是宁德茶业走出低谷,加快发展的10年。10年来,宁德茶产业在市委、市政府的坚强领导下,坚持科学发展观,以市场为导向,以茶农增收为目标,以结构调整为主线,大力实施品牌战略,依靠科技,狠抓质量,取得了很大成效。10年间,全市毛茶产值共增收10.8亿元,平均每年增收1亿元;商品茶产值共增收29.77亿元,平均每年增收近3亿元。10年来,宁德茶业在发展方式上有了很大转变,产业素质、产品质量和品牌知名度都有了很大提高。撤地设市后的10年,是宁德茶业发展最快、变化最大的10年。10年的实践证明,茶业不仅是闽东一个面广量大的传统产业,也是一个有着巨大发展潜力的朝阳产业,还是一个农民可实现持续增收的富民产业。

产业发展环境不断优化。作为闽东传统支柱产业,茶业在宁德撤地设市10年间的发展环境得到了不断优化。市、县两级党委、政府和人大、政协都十分关心、关注、支持茶产业发展,一些重点县(市、区)还把茶业发展列入“民生工程”、“一号工程”和重点产业来抓。2003年宁德市委、市政府出台了《关于扶持茶叶支柱产业发展的若干意见》,2005年市政府召开“全市茶业工作会议”,提出了茶类整合品牌,打造“坦洋工夫”、“福鼎白茶”等公共品牌的思路,特别是2007年宁德市人大常委会通过了《关于促进茶产业发展的决定》,2008年宁德市人民政府出台了《关于促进茶产业发展的意见》以后,各县(市、区)政府都相继出台了促进茶产业发展的相关决定或意见,加大了对茶产业的扶持力度。2009年该市承办“第三届海峡两岸茶业博览会”更是把宁德茶产业推向一个新的发展高度。10年来,各级党委、政府的关心和支持,社会各界的关注和推动,营造了一个“讲茶、扶茶、

品茶”的积极氛围。“天时、地利、人和”的发展环境充份调动了全市茶叶和茶农的工作热情和生产积极性,掀起了宁德茶业发展一轮又一轮的热潮。

产业结构调整成效突出。撤地设市10年是宁德茶业结构调整力度最大、效率最高的10年。为改变茶叶“品种老化、品类单一,经济效益偏低”的现状,我们在全市范围开展了产业结构调整工作,并取得了一定成效。一是在品种结构上,重点是对种植年限20年以上的35万亩福云六号品种进行改植换种和提纯复壮。为引导鼓励茶农改植高香型新品种,我们采取了“宣传引导、示范带动、资金扶持”等措施,在全市重点产区都建立了示范点、示范片,每亩新植茶园给予300至1000元的苗木补助扶持,引导茶农因地制宜,科学规划,发展高香型的茶树优良品种。至2010年全市调整新品种面积21.7万亩,近几年新品种茶青价格要比福云六号高出4倍以上,成为茶农增收的新增长点。二是在茶类结构和产品结构上,2006年市里提出了大力实施茶叶生产“3331工程”的思路,进一步加大了红茶、白茶、乌龙茶的发展步伐。10年来,以福安“坦洋工夫”为主的红茶和以“福鼎白茶”为主的白茶的比重正在逐年增加,并带动了全市茶产业发展的热潮。而在产品的花色和包装上,也发生了质的飞跃,名优茶比重从2000年的21%提高到26%,主产品从原来的绿茶发展到现在红茶、白茶、乌龙茶,绿茶的多茶类、多档次、多包装格局。

品牌战略初见成效。长期以来闽东茶产业虽有得天独厚的自然条件,也有面广量大的总量优势,但由于缺少品牌,知名度不高、经济效益偏低。为此,我们提出以茶类整合打造宁德茶叶公共品牌的思路,10年来,作为“坦洋工夫”和“福鼎白茶”两大品牌依托地的福安市和福鼎市在宁德市委、市政府的大力支持下,采取强有力措施,在创造条件努力争取各种国家级商标和头街的同

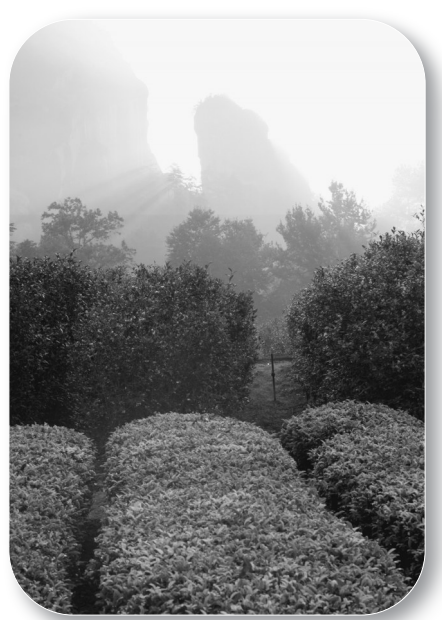
时,积极采取“政府搭台、企业唱戏”的宣传推介模式,引导和带领广大茶叶企业在市内和各大主销区开展了一系列宣传推介活动;在各大媒体上开展了多形式的广告宣传,通过专卖店、连锁店、加盟店等形式开展了品牌产品的推介、促销。经过10年的不懈努力,“坦洋工夫”、“福鼎白茶”两大公共品牌知名度不断提升,品牌效应开始显现,带动了茶业发展。2010年宁德市在春茶遭遇历史罕见的强冷空气突袭,春茶同比减产30%,全年同比减少10%的情况下,还能增收18%,就是在两大品牌带动下,茶叶价格提高,实现了增收的目标。

茶叶安全有保障。10年来,宁德市把提高产品质量,确保茶叶安全工作,列入年度工作中重中之重来抓,采取了“源头监管、生产监控、市场抽检”等多管齐下措施,确保了茶叶安全。全市茶叶质量抽检合格率均稳定在98%以上。主要措施:一是大力开展宣传活动。通过进村入户宣传,散发宣传资料,举办培训班等,不断增强茶农和企业对茶叶安全重要性的认识,提高茶农科学用药水平;二是加强对茶园投入品的源头管理和对农药市场的监管。三是大力发展无公害茶园、绿色食品和有机茶生产。到2009年全市有22家茶叶企业基地面积1.8万亩茶园过有机茶认证,居全省榜首。有15家企业基地面积近3万亩,获得绿色食品认证;有20个产品,22万多亩茶园通过了无公害认证。无公害食品和绿色食品认证数也居全市农产品榜首;四是引导企业创造各种条件认真做好QS认证工作,到2010年全市累计已有189家企业获得了QS认证;五是积极配合和支持质量技术监督部门和省农业厅开展茶叶原料和产品的质量抽检工作,每年抽检茶样均达到300-400批次,确保了茶叶质量安全。

科技兴茶工作扎实推进。为了进一步提升宁德市茶叶发展水平,我们在全市范围开展了科技兴茶普及工作,取得了很大

成效,进一步提高了宁德市茶叶的科技含量和附加值,创造历史最高的经济效益。主要措施有:一是开展院市合作。2007年,宁德市人民政府与福建省农业科学院签订“院市合作”协议,掀开宁德茶业“院市合作”的新篇章。四年来,我们以“院市合作”为平台,采取“产、学、研合作”,“农、科、教结合”的新机制,重点开展了“茶树优良品种示范推广”、“无公害茶园建设”、“茶叶加工技术攻关”等科技工作,取得了很大成效;二是大力实施“五新”技术示范工程。通过推广“新产品、新农药、新肥料、新技术、新机具”,进一步提高宁德茶业技术水平和先进装备水平。10年来,共向全市茶农发放《福建农业五新手册》和其他实用型农业科技图书5000多册,举办各类科技培训班1000多期,共10万人次;三是同省茶科所、市科技局联合创建了宁德茶产业研发中心。重点开展了无公害茶叶生产技术、红茶加工与拼配技术、白茶保健功效与外型研究、开发工作,进一步提高宁德市茶叶的科技含量和附加值。

市场拓展能力不断增强。撤地设市后的10年是宁德茶业不断发展壮大,在外拓展市场最快的10年。10年来,宁德茶商和企业发扬老区人民吃苦耐劳、敢闯敢拼的精神,努力拼搏,提高了宁德茶业的产业化水平和市场拓展能力。一是在产业规模上,全市茶园面积已达到91万亩,总量达到5.93万吨,加工企业1000多家,其中国家级扶贫龙头企业1家,省级龙头企业7家,市级龙头企业40家,有16家企业入选2010年“中国茶叶行业百强企业”,特别是从2009年开始,一些强势产业如电机电器、船舶修造、房地产、物流等企业的介入进一步增强了宁德茶业企业的规模和实力;二是在流通市场上,全市拥有10万多人的营销队伍,在全国各地开设茶店、茶庄、茶叶公司达1万多家,在重点销区创建了北京马莲道茶城、上海大宁国际茶城、上海大不同



天山茶城、山东临沂茶城、太原坦洋工夫茶城、重庆石生国际茶城等;在宁德市内建设了“中国海峡大茶都”;三是在品牌专卖店上,宁德市茶叶企业在全国各地开设的“坦洋工夫”、“福鼎白茶”公共品牌和企业品牌如“御茶园”、“绿雪芽”、“品品香”、“老红”等品牌专卖店已达到3000多家,彻底结束了闽东茶叶无品牌专卖店的历史;四是在第三届海峡两岸茶博会上,宁德市茶叶企业集中亮相,以特装展示的规模和规格,在中国茶界和消费者面前展示了宁德茶业的实力和风采。正是这种不断增强的实力使得闽东茶业拓展市场的能力不断增强。

撤地设市的10年是宁德茶业丰收的10年,也是宁德茶业不断发展壮大的10年。10年集聚的能量将在实施环三都澳区域发展战略中焕发出新的光辉,推进宁德茶业又好又快、更好更快发展。

福建省漳平市茶产业发展现状与规划



茶产业是福建省漳平市重点培育的农业特色产业。近几年来,漳平市紧紧围绕市委、市政府提出的“拼命抓项目,狠心造环境”工作主题和茶产业发展目标,坚持以科学发展观统领茶产业发展,采取“项目带动、环境推动,加强领导、完善机制,落实责任、优化服务”等措施,进一步做大做强漳平茶产业,打响“漳平水仙茶”、“永福高山茶”和“官田铁冠”三大特色品牌,有力推进漳平茶产业持续、快速发展。

漳平市位于福建省西南部,九龙江北溪上游,属中亚热带、南亚热带山区农业气候,气候温和,光照充沛,冬无严寒,夏无酷暑,宜茶环境得天独厚。现有茶园面积8.23万亩,2010年全市茶叶产量7600吨,总产值8.04亿元。全市茶农人均收入4800多元,茶叶种植是漳平市农民增收重要途径。漳平市已成为“海峡两岸农业合作最大的茶叶基地”和“世界独一无二的紧压乌龙茶饼产地”。

主要措施

漳平市的茶产业工作围绕规模、品牌、质量、市场等方面,以项目为突破口,以壮大规模为基础,以打造品牌为目标,以提高质量为本,以培育市场为抓手,以大力宣传为手段,采取各项有力措施来抓紧抓实。具体表现在“六个突出”:

突出政策推动

漳平市委、市政府历来高度重视茶产业发展,把茶业作为优先扶持重要农业特色产业先后纳入“十五”、“十一五”和“十二五”发展规划,明确了发展重点。市委、市政府先后出台了《漳平市关于加快茶叶产业发展的若干规定》(漳委[2004]35号)、《漳平市2004-2005年茶叶产业发展的实施意见》(漳政综[2004]49号)和《加快品牌建设的若干意见》(漳政[2008]78号)等一系列茶叶产业发展优惠政策,优化了发展环境,进一步明确了茶叶产业发展的指导思想、发展目标、建设标准和保障措施。全市上下兴起种茶高潮,极大推动了漳平市茶叶产业的发展。

突出品牌推动

近年来,漳平市重视品牌建设,市政府出台了《加快品牌建设的若干意见》,通过参加各种国际、国内茶业博览会,提升漳平茶叶品牌知名度;举办以漳平茶文化为主题的笔会,使茶叶与文化相结合;组织茶艺表演队在北京、上海、福州、厦门等大城市演出;制作漳平茶叶专题片在中央电视台及福建电视台播出;举办茶王赛、斗茶赛,提高茶农

制好茶的积极性,提升茶叶品质;在漳平农业信息网中开设茶叶信息专栏等,品牌建设工作取得了良好的成效,知名度有了很大提高。今年漳平市相继获得“中国名茶之乡”、“全国重点产茶县”、“福建省十大产茶大县”称号。

突出龙头带动

漳平茶业开始从传统小农贸易方式转向现代市场经济的品牌化经营模式源于茶叶企业的发展。漳平市十分重视茶叶龙头企业建设,以做大做强企业和产业为目标,鼓励茶叶生产企业通过整合提升,壮大生产规模,增强企业实力,促使它们上规模、上档次,提高市场竞争力,进入规模企业行列,从而带动全市茶业产业的发展。截至目前,市级龙头企业有19家。通过龙头企业典型示范带动茶叶产业发展,全市现有茶叶加工企业500多家,规模以上茶企业22家,百万元以上企业52家,50万元以上企业69家。

突出项目带动

漳平市委、市政府特别注重“项目带动”战略,以项目带动集聚生产要素,促进投资增长,增强经济综合竞争力和发展后劲。项目带动,在漳平市茶产业发展的各个环节展示魅力,成为发展的强有力的支撑。2008年,漳平市被列入福建省现代茶业生产发展资金项目县。市委、市政府十分珍惜这来之不易的发展机遇,采取超常措施,认真做好实施方案编制、项目实施、竣工验收、资金管理等工作,确保财政资金使用在刀刃上,切实促进茶农增收、茶产业升级。

通过实施现代茶产业项目,促进漳平市特色产业形成和特色农产品品牌产生,突显茶叶品牌效益,有效地提升茶产业的生产效益,进一步拓宽农民增收空间,加快农村经济发展。

突出市场推动

漳平市委、市政府十分重视抓好漳平水仙茶、永福高山茶、官田铁冠省内外市场的培育与发展,经常在漳平茶叶营销集中地举办漳平茶叶推介会。同时,积极向在外营销人员提供服务,并给予一定的物质奖励,配合做好漳平茶叶销售和品牌经营。目前,茶叶营销企业已由2003年前数家发展到现在的200多家,营销网络快速发展,已有一批人员扎根在广东、山东、上海、重庆、北京等拓展市场。一是依托大集团、连锁店,开辟漳平茶叶市场;二是发展茶叶电子商务市场,建立茶叶销售网络;三是通过各种交易会、展销会,宣传产品打开市场;四是在外地

开设茶叶专卖店,开辟市场推销漳平茶叶;五是立足本市发展产销企业,不断提高市场占有率。

突出服务带动

提供高效优质服务指导服务。漳平市农业技术力量雄厚,现有教授级高级农艺师1人,高级农艺师10人,农艺师56人,助理农艺师69人,技术员12人。近年来,漳平市主动与北京大学、浙江大学、福建农林大学、福建省农科院茶叶研究所等高校、科研院所建立产学研关系,开展科技攻关课题,并把科技优势转化为经济优势,使漳平市茶叶产业从茶园培管、采摘加工、包装贮运各环节科技含量不断提高,为茶产业发展提供了强有力的科技支撑。同时,经常组织高、中级专业技术人员,深入各产茶乡镇,为茶叶企业和茶农提供技术指导服务,解决茶叶生产、加工技术遇到的难题,确保茶产业生产顺利进行。

抓好茶叶生产、加工技术培训工作。几年来,为了全面提高广大茶农的种茶、制茶技术水平,确保茶叶产业稳定、健康发展,漳平市多次邀请省、龙岩市以及漳平市茶叶专家进行茶叶栽培、加工、病虫防治技术培训,同时结合“阳光工程”、“绿色证书”、“评茶员培训”等形式举办培训班,发放《漳平水仙茶标准综合体》、《茶树栽培农药安全使用手册》、《茶树病虫害无公害防治技术》光盘、《茶叶栽培与加工技术》等资料,大大提高了茶叶实用技术的普及率和农民科学种茶水平。

发展规划

发展目标

2011-2015年间,每年新植茶叶1.5万亩左右(5年计7.66万亩),加上2010年新植茶叶1.04万亩。至2015年全市茶叶总面积达16万亩,产量达2万吨,农业产值达5亿元,茶业总产值达20亿元。

整体布局

重点抓好南洋、双洋中村新桥等茶区低产、衰老茶园的改造和色种(主要为毛蟹)品种改种,扩大水仙茶在南洋、双洋等乡镇种植面积,夯实漳平水仙茶发展基础;加大招商引资力度,在南部永福、官田和北部吾祠、灵地等海拔地区兴建规模高山茶基地;在溪南、象湖及附城乡镇重点发展金观音、铁观音及其新品种基地。同时,做好乌龙茶品种结构调整,水仙茶区以水仙品种为主,适度引进金观音、肉桂、丹桂等品种;高山茶区以软枝乌龙品种为主,重点引进台湾良种金萱、翠玉、四季春、台茶18号等优良品种;铁观音茶区在稳定现有铁观音面积的基础上,重点推广引进金观音品种。通过品种调整,调节采摘期,丰富品种结构,构建漳平市茶叶生产优势区域和优势产业链,全面提升漳平市的茶叶影响力和综合竞争力,逐步形成漳平水仙茶、永福高山茶、官田铁观音三大优势名优茶品牌。

发展重点

围绕基地、加工、市场、品质等产业化的关键环节,突出重点,全面实施“18381工程”,即“建设一个现代化闽西南名茶城,兴办80家标准化名茶加工厂,开办30家”大陆阿里山”茶叶专卖店,新建8万亩生态高效良种茶园,实施一个茶叶有机专用肥重点项目”,提升茶业产业化发展水平。

(福建省漳平市经作站供稿)

浮梁茶品牌文化的思考

■ 张泉顺

悠悠茶商路,浮梁茶这一历史文化名茶的倩影从盛世大唐走来。浮梁茶1200多年的历史岁月有着丰富的文化印迹,供我们去求证注解。发现她昔日风采,传播到更远的地方让更多的人认识了解。现在的浮梁茶已不是历史的倩影,她从倩影蜕变成了现代浮梁儿女们的衣食父母,养育着勤劳朴实的广大人民。

江西省浮梁县自复县以来一直都 very注重茶产业的发展,大力发展种植加工的规模,培养了一批优秀的茶叶加工企业 and 个体经营者,这些成绩全县人民是有目共睹的。在新的社会经济环境下发展浮梁茶产业重在品牌,而文化又是品牌发展的重心。政府要不遗余力地宣传,不光政府要宣传,全县的每个公民都要做到正确宣传浮梁茶品牌、品质、文化;旗帜鲜明的、富有情感的、不急功近利的宣传。做到心中有家乡,我带浮梁茶走世界的宣传境界。现就我们耳熟能详的我国几个有名的茶叶品牌来说一说,借鉴一下他们的经验。

比如和我们一样用地名做品牌的浙江龙井茶,浙江龙井茶品质不是它品牌的主要卖点,卖点在于龙井茶深厚的文化底蕴。当地政府不遗余力地宣传凸显文化,提高文化对品牌的影响。地方政府和民间组织有效地保护茶区的品牌形象、知识产权;鼓励、监督本地茶商到全国各地去开设分销处建立龙井茶巨大的营销网络。再加上旅游带来的海外影响力,现在很多买龙井茶的人,只认品牌,不认品质。真有点像买还珠,这让更多茶商们羡慕不已呀!

福建铁观音更是以遍地开花的营销态势在发展着,让你不管在座城市都能看得到买得到铁观音。同时还让很多经营绿茶的茶商兼营或主营铁观音。他们随便在座城市都能听到带着浓郁福建乡音的茶商们热情地招揽生意。福建人卖茶,不仅卖的是自身的茶文化和市场经营经验,更是卖出了现代闽商的新精神新气象。

又如:天福、吴裕泰、张一元、老舍等知名茶庄,他们当中既有百年老店,也有后起之秀。天福茶庄就是一个成功的连锁品牌典型,其连锁店遍及全国人口密集城市。他们的经营发展就像肯德基、沃尔玛、国美、金利来等品牌连锁店一样,统一的招牌、统一的货源、统一的服务,形成了自己的独特商业模式和企业文化,深深地影响着众多的茶商。

我国“十二五”规划的核心是发展民族经济、扩大内需、拉动消费、平衡国际贸易……。三农发展是拉近城乡距离,加大农业基础设施建设,鼓励农业龙头企业发展、带动农民就业,提高农业资源利用率,促进农民增收,积极调节农民、农村、农业三者的关系,让广大农民过上真正意义上的现代小康生活的重要路径。

茶业是浮梁县广大农民的支柱产业,又是一项可持续发展、保护生态、促

进经济的产业。茶叶产业的发展关系着政府的税收,关系着茶农的钱袋子,更关系着浮梁县和谐社会发展的大局。以旅游拉动茶产业,以生态促进茶产业发展,更需要众多的中小茶商在自身强大的同时,又能在走出去带进来中不断发展壮大。我们现阶段营销的发展,主要是鼓励中小茶商走出去。如何走、怎么走是政府和茶商都需要慎重思考的。我们不妨借鉴铁观音的品牌营销经验,政府鼓励茶商走出去给予资金的大力支持。如某茶商在南京开一家浮梁茶品牌形象店,政府可补助30%的店面装修和设施购买的资金以现金支付,经营前几年给予他广告费用的现金补助;生产加工环节税收减半或三年间全免等优惠。浮梁茶要有计划地发展品牌形象店和茶馆会所,争取5年间在各大人口密集型城市和北方大城市发展1000家销售店,通过广告加文化加品质来获得品牌的知名度、美誉度和忠诚度。

鼓励茶商参加全国的农产品展销会和一年一度的茶叶展销会,支持热爱茶文化传播的团体和个人组建浮梁茶文化宣传组织,可代表政府到全国去宣传弘扬浮梁千年的瓷茶文化,促进行业交流;普及全县受教育的初高中学生的茶叶专业知识,加强培养他们对茶叶发展历史的认知度,让广大师生从小就受到良好的茶文化熏陶,为培养茶产业、茶文化发展本土人才奠定基础;让走出去的学生、民工、商人都能准确公正地宣传弘扬浮梁茶的品牌文化;正确认识黄崇焘先生是我们浮梁茶文化发展的宝贵精神财富,保护好茶人黄崇焘先生的知识产权,以黄老先生的著作为蓝本编写一批可在全国发行的浮梁茶文獻刊物,在文化领域宣传弘扬浮梁优秀的文化内容与精神,这些都需要耐心细致地去落实。

适时组建一支集老、中、青为一体的江西省浮梁茶学会。研究茶学思想,促进产业发展,为宣传弘扬浮梁茶品牌文化发展服务。学会组成人员可放眼全国吸纳众多茶文化爱好者,包括产、学、研领域的先进个人。中年学者担当重任、老年学者带青年学者,发挥传帮带的优良传统,确保团队长久、长青,保持活力、发挥创造力。

人是一切事物的主体,任何事物的发展都离不开人。一个人的力量是有限的,做大事需要众人的力量。浮梁茶的发展是大事,是大家的,更需要众人的共同努力。茶文化归根结底是人的文化,品牌是人创造的,人品愈高尚,品牌文化影响就愈大。我们众人愈团结,品牌文化宣传弘扬的力度就愈大。正如苏联社会科学家马卡连柯的名言,“一个人的行为如果是由最近前途决定的,那么这种人就是软弱无力的人。如果他只满足于个人前途,只要这种前途是远大的,那么他算是强有力的人,但他却不能使我们感到人格的美以及人格真正的价值。集体的前途也就是集体成员的个人前途,集体越大,人就会愈美愈高尚”。