

“素颜”进超市 多元化经营

## 亲民路线让毛尖走出新天地



上茶山采春茶。本报记者 周亚涛 摄

■ 本报记者 周亚涛 买祥发

## 核心新闻

## 信阳毛尖“素颜亲和”进超市

“这些听装的毛尖一上市就卖得非常好,特别受市民欢迎。”昨日上午,在沃尔玛超市,销售人员指着一排排标价不足百元的听装毛尖向记者说道。“像这种小包装、低价格的信阳毛尖以前可是不常见的,现在毛尖进了超市,我们推着购物车就能轻松选购了。”正在超市选购茶叶的张女士说。

多年从事茶叶销售的何先生向记者坦言,以前很多茶叶店说白了都是依靠单位采购生存的,现在单位控制三公消费,不报销购茶款,一

些主打高档礼品茶的茶商自然吃不消了,走高端路线走不通,当然要回归到大众消费,这样茶产业才有好的未来,“在这一点上,我自己也深有体会,我的店光去年上半年茶叶发票就开了50多万元,今年到现在还不足10万元,单位都不报销购茶款了,茶叶都是私人买,要发票没用了。”

剥去浮华,回归本真,信阳毛尖的这次“素颜亲和”的转身,不仅不落身价,反而赢得了更多爱她惜她的人的口碑。对此,中国茶企领袖俱乐部秘书

长欧阳道坤认为,今年的高档茶销量大幅压缩,增加了适合工薪、平民消费的中低档茶叶产量,其价格也趋于平民化,意味着春茶市场正在回归理性消费,“相比南方绿茶,信阳毛尖的生产成本较高,如果不能回归到大众消费,面临的的市场压力会更大,但是如果光打‘亲民牌’也难成信阳毛尖发展的长久之计,如果能在探索信阳毛尖的品牌附加值,延伸信阳毛尖的产业链等方面多做文章,信阳毛尖才能走得更远。”欧阳道坤说。

## 相关链接

信阳毛尖  
品牌价值  
达52.15亿元

目前,信阳市已经成为江北最大的茶叶生产基地,2013年,茶叶产量达到5.7万吨,茶叶产值达到85亿元,茶叶亩产值达到4500元;拥有国家级农业产业化龙头企业1家,省级龙头企业12家,中国茶行业百强企业6家;中国驰名商标4个。据了解,《2014中国茶叶区域公用品牌建设白皮书》中公布,西湖龙井、安溪铁观音、信阳毛尖、普洱茶、洞庭山碧螺春、福鼎白茶、大佛龙井、安吉白茶、福州茉莉花茶和祁门红茶共同荣获“2014中国茶叶区域公用品牌价值十强”。其中,信阳毛尖以52.15亿元的品牌价值位居第三。此外,信阳毛尖还与普洱茶、太平猴魁一起在此次评选中荣获“最具带动力品牌”称号。

## 延伸新闻

## 延伸产业链 茶企探索信阳毛尖发展新渠道

信阳作为我国最北的产茶区,一直以生产绿茶为主,主要采摘春季鲜叶加工生产绿茶——信阳毛尖,很少采摘夏秋茶,茶叶产量、销量和运输、贮存等受到很大限制。“一方面信阳毛尖要回归到大众消费,另一方面要延伸信阳茶叶本身的产业链,不断实现信阳茶产品的深加工则是信阳茶产业的必然趋势和未来的发展方向。”沁河区春和景明茶叶有限公司总经理张宇说。

“单一的绿茶我们已经生产了成千上百年,专注有专注的好处,但是随着社会的发展,市场的需求,扩大生产领域,研发新的品种确实是必然趋势。”信阳市光州茶叶专业合作社理事长、信阳茶界老人刘祥国说。如今,刘祥国正在研制一种新的品种——茉莉信阳毛尖,用茉莉花和信阳毛尖为原

料,让二者进行相互侵染,在保持信阳毛尖为主料、主味不变的前提下,在毛尖中渗入茉莉的花香。

据了解,如今的信阳茶界,很多企业都在延伸产业链,实现产品深加工的路途上进行着尝试和投入。如罗山县灵山茶叶有限公司信阳红茶和宜宾五粮液酒基有机结合,运用自由基生物医学理论研究,结合现代微生物技术,低温发酵,长期贮存,精心调配而成的信阳红茶酒、河南新林茶叶有限公司合作利用夏秋茶制作的速溶绿茶粉,填补了信阳市乃至河南省无此类产品生产的空白、文新茶叶公司研发的绿茶芝麻酥等茶食品……这些有意义的尝试和创新正是新时期信阳茶人改变思想,拓宽思路的明证,也在逐渐打破信阳茶产品自古以来单一

的格局。

延伸产业链,深度开发和综合利用信阳茶叶是信阳茶产业未来发展的方向,也是如今市场多元化形势下,信阳茶产业发展的必然趋势。但是,延伸产业链,提高产品科技含量需要雄厚的资金和先进的人才,这就需要政府的大力支持,并依靠实力强大的茶企业发挥先锋作用。“产业链条的拉长,产品的精加工、深加工,必须要由政府来主导,大企业来实施。”信阳农林学院茶学系郭桂义教授说。

如今,在政府的大力支持和引导下,信阳市部分茶企业已经或正准备兴建茶叶科技园,这些与科技挂钩的做法相信必将为信阳茶产业未来的发展提供智力和技术上的保证,信阳茶产业未来发展的道路相信必将越走越宽阔。