

一杯好茶连世界

——写在第28届信阳茶文化节(网络)

信阳晚报

本报记者 赵恩峰
马依钊 李亚云

2020年4月30日
星期四



茶界的盛会
市民的节日

茶节快报

第28届信阳茶文化节(网络)特刊(第六期)



市供水集团有限公司

(联办)



责编：王洋
创意：陈亚莉
质检：尚青云

时值4月28日,第28届信阳茶文化节(网络)如约而至,“云赏”毛尖之都,4小时大型线上直播活动云上沸腾,赏观者众。

由此,溯至清明谷雨以来,国家级非遗信阳毛尖茶制作技艺展示、信阳毛尖专家大讲堂等茶事活动精彩纷呈,赏心悦目。

化危为机,在常态化疫情防控中举办网络茶文化节,省人大常委会副主任、市委书记乔新江指出:“既是贯彻落实中央和省委省政府决策部署的重大举措,也是保持信阳茶文化节连续性、提升信阳毛尖品牌影响力、擦亮‘中国毛尖之都’金字招牌的具体行动。”

盛会入云,赞誉如云。极致诠释“一杯好茶”,信阳于云端激活新业态,用匠心擦亮金名片,以至臻宽广致富路。

云端好茶 激活新业态

不同于以往,今年信阳毛尖春季,一个“云”字最特别。“欢迎大家到信阳看红看绿看蓝天,品山品水品毛尖。”4月25日,市长尚朝阳走进网络直播间,化身带货主播,为广大网友带来品质高、价格优的珍品信阳毛尖新茶。随后,浉河区区长于海忠、商城县长周哲、固始县长王治学及知名茶专家、茶企业也分别对信阳毛尖进行了直播销售。

网络直播带货已不稀奇,相比之下,市长和县区长们的带货能力不遑多让。3个小时的直播,累计观看人数超过19.8万人,直播带货总销售额达206万元,累计热销产品超过3万件,直播带货效果显著。

“云带货”助销量,“云开幕”提流量。第28届信阳茶文化节(网络)通过人民网、新华网、央广网、大象融媒、大河网、95.5视频、腾讯、咪咕视频等平台同步转播,据不完全统计,截至4月28日12时,开幕式直播活动共有742.46万人次同时在线观看,全国各地网友云品信阳毛尖,云观信阳山水,云赏信阳魅力。

身后是如画茶山,眼前是万千网友,打开直播软件,面对镜头,鸟鸣茶香中,浉河区浉河港镇“茶三代”何世阳带着网友探寻一片茶叶的旅程。毛尖触电商,如同打开一扇窗,让年轻的何世阳浑身透着明亮。

大学毕业回到茶乡,何世阳握紧父亲递来的接力棒,下决心把家乡茶做出个样。2012年,与浉河港镇白庙村100多位茶农达成共识,何世阳牵头成立浉河区何景明茶叶专业合作社,发展自主品牌。“网络平台支撑,茶叶销售不愁。微博、微信、抖音,都有我们的阵地。”今年春茶开采前,何世阳开始活跃在各网络



信阳毛尖主产区浉河区茶山采茶青叶 本报记者 周涛 摄

平台,精于视频传播,专于茶叶品质,茶山风光闯入网友视野,信阳毛尖深入茶客心头。

“云端”力量激活新型业态。在大别山下的信阳,直播已然成为一种新农活、一门新技能、一项新业态。自战“疫”以来,电商直播屡立战功,既有力化解了农产品滞销与生活必需品的平衡难题,又深度探索了农业产业化链条的建设问题。危中亦有机,趁势新作为,这也在很大程度上淬炼了党员干部的为民意识,锻造出与时俱进的施政水平。

匠心好茶 擦亮金名片

春至绚烂是四月,春茶飘香最信阳。4月15日,一个备受关注的数字添彩信阳。“2020中国茶叶区域公用品牌价值评估”课题结果出炉,信阳毛尖以68.86亿元的品牌价值位居榜单第三位。

这已是信阳毛尖品牌价值连续11年位列全国前三。承担此项评估的浙江大学CARD中国农业品牌研究中心课题结果还显示,信阳毛尖与安吉白茶、祁门红茶入围最具品牌带动力的三大茶叶区域公用品牌。

作为区域品牌,信阳毛尖自古便有盛誉。信阳茶始于东周,至今已有2300多年的历史。1915年获得巴拿马万国博览会金奖,信阳毛尖更是获赞无数。浸润千年文明,迈向崭新时代,而今的毛尖茶成为信阳享誉内外的一张金名片。

茶乡得天独厚,茶都当之无愧。2017年4月28日,第25届信阳茶文化节暨信阳茶业博览会开幕式上,信阳市被中国林业生态发展促进会宣布授予“中国毛尖之都”荣誉称号,并现场授牌。

茶叶是信阳的特色支柱产业。2019年,全市213.8万亩茶园共计产茶7.2万吨,总产值达122亿元。现有茶叶从业人员120万人,茶农人均种茶收入超

过6000元。辉煌数字的背后,百万茶人和千家茶企聚起合力,以匠心好茶,擦亮金名片。

茶人风骨淬茶香。两年前的春天,中国茶叶流通协会组织推选的首批“中国制茶大师”名单正式确定并对外公布。全国绿茶类榜单共15人入选,信阳制茶大师伍德军、周其鹏同时入选。与茶结缘半生,手工炒茶30余年,两位制茶大师名不虚传。匠心传承,还有更多的信阳茶人守一方青山,做一杯好茶。

茶企担当路更长。3月底以来,作为信阳市茶叶龙头企业,信阳文新毛尖集团通过“天猫直播间”将茶山、炒茶、茶艺等场景推上“云端”,邀请奥运冠军等知名人士为信阳毛尖代言,并向海内外推介。河南羚锐制药公司探索开发花茶、红茶、养生茶等产品,延长茶产业链条。罗山县灵山茶业公司转型升级开发出发生素等80余种茶产品,拓宽销售渠道。

茶好自甘醇,好茶连世界。借助国家“一带一路”战略,信阳好茶走出国门,扬名世界。截至目前,我市共有茶叶出口备案企业21家。2019年,6519.7吨绿茶及砖茶从信阳出发,走入乌兹别克斯坦、阿尔及利亚、摩洛哥等国家,出口总值1.43亿元,占同期全省出口量的83.6%。

至臻好茶 精绘致富图

“家乡茶味儿,就是香!”在第28届信阳茶文化节(网络)直播现场,杨长太手中捧茶,眼里堆笑。茶园上,点点芽叶鼓了钱包;田地里,片片花木富了口袋。甩掉“贫困帽”,当上“农场主”,还带动50户贫困户致富,光山县文殊乡东岳村村民杨长太心里美滋滋的。

去冬今春,1761.1万株无性系良种茶苗“染绿”光山县村

野民居。“房前屋后一亩茶”,贫困村收入节节高,贫困户笑容常见。作为“中国茶叶扶贫示范县”,光山县全县茶产业从业人员15万人,茶农人均茶叶收入5000元以上,茶产业已成为光山县群众增收的特色支柱产业。

一叶向好,全域焕新。今年2月,随着淮滨县脱贫摘帽,信阳所有贫困县实现脱贫。战“贫”成果显著,茶产业功不可没。800万老区人民脱贫攻坚、振兴乡村的奋斗历程,如同品尝信阳毛尖的味蕾体验:入口微苦,回味甘甜。苦尽,甘来,小茶叶换来大幸福!

座座高山曾阻挡发展的脚步,如今绿水青山铺陈致富新路。起步于茶,不囿于茶。从种茶到兴茶,从茶叶到茶业。智慧的信阳人民“厚植”茶产业,“嫁接”新产能,将“小茶叶”做成“大产业”。

以“茶”为媒,信阳将旅游元素融入茶园建设,打造新业态,走出了一条以茶兴旅、以旅促茶、茶旅融合的发展之路。在信阳毛尖核心产区浉河区,茶旅融合精品观光带铺就致富路。通过发展特色产业,旅游产业,农田建乐园,农居成民宿,村民的日子越过越甜。

正值春茶季,不同的茶叶品种竞相上市,茶乡发展活力尽显。曾经绿茶为“王”,如今百花齐放。在信阳的“茶叶王国”里,除了绿茶外,还有红茶、白茶、黑茶、黄茶、花茶、茶饮料、茶糕点等。茶产品从单一到多样,不仅丰富了市场,也拉长了产业链,增加了附加值。

一片小小的毛尖茶,绿了信阳山,扬了信阳名,富了信阳人。茶产业的不断壮大与信阳“生态立市、绿色富民”的发展理念协同向前,助力信阳守绿水青山,筑金山银山。

好茶之好,道路且长。一杯好茶连世界,信阳毛尖历千年沉淀,经百年荣耀,正激情飞扬。