

做名茶,也要做名牌茶

宁海望海茶的“立顿+龙井”之路



望海茶(特级)今年的新包装。



望海茶(精品)旧包装(左)与今年新包装。

天台山脉,望海岗上,宋朝时就已是贡品的望海茶又将迎来采茶季。半日偷闲,宁海人喜欢围坐在一起,一壶沸水下注,看清汤碧色中,一针针茶叶浮浮沉沉。那浮浮沉沉的茶叶背后,是沉沉浮浮的茶产业,牵动着一方经济脉搏,也寄托着茶农的美好愿景。这些年,这个愿景越来越大,也越来越清晰——要把地方品牌望海茶,做成闻名天下的“立顿牌龙井茶”!

记者 鲍云洁/文 王鹏/摄

茶市 | 也曾经历鱼龙混杂

听完老沈的这个选茶“诀窍”,望海茶业的总经理潘启真却连连摇头。

这让记者十分诧异,难道还有商家不希望客户只买自己的产品?

这要从望海茶业的诞生背景和企业性质说起。

早在宋朝就已是皇家贡品的“望海茶”,是上世纪80年代宁波首个获得省级名茶称号的地方茶,此后迅速在全国闻名。

一方水土养育的茶品,成名后自然要“反哺于民”:1999年,宁海确定了“树一个品牌、舞一个龙头、建一批基地、带一行产业”的望海茶品牌战略。由县农林主管部门牵头,联合供销社、茶庄等多家企业,成立宁波望海茶业发展有限公司,并确定其为望海茶品牌战略的实施主体,对全县望海茶生产销售进行有效的实质性的宏观管理,统一设计品牌形象,统一进行宣传,建立望海茶包装中心,对望海茶的质量进行统一把关。

“一个品牌”指“望海茶”这个公共品牌,“一个龙头”指宁波望海茶业

发展有限公司,而“一批基地”就是希望靠“望海茶”品牌致富的宁海茶农们。”潘启真告诉记者。

然而,这条“反哺”之路走得并不顺畅:经考察,宁海县农林部门确定了首批6家授权茶厂,可以和望海茶业共同使用“望海茶”商标以及统一的包装。

结果,其他茶农就问,我也种同样的茶,为啥就不能叫“望海茶”?一时间,不管有没有授权,茶农们都给自己的茶叶打上“望海茶”商标,市场上号称“望海茶”的茶场竟然多达100多家。

“茶叶以次充好的,加工水平差的,包装极力模仿的,像老沈这样有经验的老茶客会到望海茶业或熟悉的茶场买茶;而外地茶客很容易买到劣质茶,这就十分影响品牌形象。”潘启真说,“因此,老沈这样的选茶诀窍,一般的商家听了肯定高兴,但望海茶业是一家担负着振兴品牌重任的国有企业,我们最想看到的,就是无论包装上有没有这行小字,茶客们喝到的望海茶都是正宗口味!”

措施 | 升级包装 杜绝造假

除了技术员蹲点,望海茶业更是内外兼修,提高茶叶品质。

于内,通过斗茶大会、举办展销会、参加各地的博览会,提高茶叶品质,激发茶农的“比武”热情。多年来,“望海茶”先后获得第二届国际名茶博览会名茶金奖、中国国际农业博览会名牌产品、浙江省十大名茶等国家级、省级荣誉80余项。

于外,今年望海茶特地更换了统一的新包装,以进一步杜绝造假。“今年,我们统一将包装从以往的纸罐装升级为锡罐装,包装更精美,对茶叶的保护功能更强,模仿的难度也更大了。”

如今,茶农想卖“望海茶”的意愿究竟有多强烈?

来看看茶农老林的经历吧。茶场开了六七十年,老林的茶叶通过了QS认证,却总是通不过“望海茶”的认证。最近两三年,他年年到公司检测,还是没拿到授权。拿不到授权只能打自己的“满岩茗香”商标,靠朋友卖点“面子茶”,销量和价格都上不去。虽然也着急,但他的心态不错:“望海茶叶公司其实挺支持我们,每年都派人来指导。我也天天琢磨,怎样才能提高加工技术,今年还换了新的加工师傅,再过些天,新茶就要上市了,争取能顺利通过认证吧!”

茶客 | 每年数万元 只买望海茶

记者在采访的时候,正好碰上宁海人老沈来买茶。

老沈是宁海白枇杷的生产商,喝望海茶已有十几年时间。这几年,宁海街头的功夫茶茶庄如雨后春笋般冒了出来,市面上能见的绿茶品牌几乎可以说是数不清。但老沈不为所动,依然是坚定的望海茶追随者,每年数万元的买茶钱都“定投”在这个品种上。

记者感到疑惑:是因为喝惯了家乡茶,口味自然就“排异”了?老沈摇摇头:“口味习惯了只是一个方面,最主要的原因还是茶叶品质。我也是搞农业的,喝了这么多年绿茶,茶山也上了不知多少次,算得上是半个专家了。”

“如果茶叶杀青没‘杀’好,会有一股青草味。前些年去四川出差,带去的望海茶喝完了,只好喝当地茶。”老沈告诉记者,“川茶也算有名了,但喝起来总有一股子青草味,怎么也喝不惯。对于我这样的老茶客,出门没有带足望海茶真是后悔,待了一个月,总算‘逃’回来了。”

和记者聊天的工夫,老沈自然而然地坐在茶座前泡起茶来,一股沸水冲到杯底,碧绿青翠的茶叶翻腾上来。老沈一边泡茶,一边向记者介绍:“龙井的茶叶是扁平的,身形轻盈;望海茶的茶叶是针形的,身骨重实,两者加工方法也不同。”

不要小看了望海茶的加工工艺,这绿润清香的茶叶竟然是去年的陈茶。绿茶喝新,人尽皆知。这是因为火候很难把握,含水率过高的茶叶次年就会发潮泛黄,变劣难喝;而望海茶则把含水率控制在5%以内,这比国家标准还要低1%左右,这项制茶技术是全省独创,在全国也属领先。

这次老沈买了几小罐。他说,再过一阵子,新茶就上市了,到时候还要大量采购,送亲友家人;许多上海的客户也期待得望眼欲穿了。

因为高山茶比低山缓坡的绿茶要晚熟十天左右,预计3月6日左右才能尝上新茶。“越晚越香浓,茶味是等出来的。多等些日子,等得值!”老沈说道。

老沈等待的是望海岗上的望海茶,也就是望海茶品牌中海拔最高(870米左右)的那一拨春茶。他说,这就是望海茶的选茶“诀窍”:认准包装上的另一个标志——“望海峰”商标,这是宁波望海茶业发展有限公司(以下简称“望海茶业”)特有的标志。“这么多年我只买厂里的,口味一点都不会变!没有这行小字,口感可就不一定能保证喽!”

战略 | 做名茶中的名牌茶

怎样才能把一种茶品做成真正品质如一的好茶?

这往往是一道单选题:例如,西湖龙井是名茶,有悠久的文化底蕴和上好的品饮口感,但市场却一直鱼龙混杂,很难做到品质如一;立顿是名牌茶,茶叶平价平质,但你在世界任何一个地方喝到立顿,其味道都是一致的。

望海茶是做成品质如一的平价茶“立顿”,还是良莠不齐的名茶“龙井”?县农林部门多次讨论磋商的结果是——把单选题变成双选题,两者都要做。

具体的任务就落在了“望海茶”品牌战略的实施主体——望海茶业身上。

2012年,根据宁海县有关部门制定的《望海茶管理办法》和《望海茶系列标准》,宁波望海茶业发展有限公司组织技术人员,对现有茶场逐一考察,经过硬件改造、技术培训和环境治理等一系列措施,原先的100多家茶场淘汰整合成90多家。

授权方式也变了。从前只授权6家茶场,其他茶农不服;如今授权放开,谁都有机会竞争获得使用“望海茶”名头的机会,但门槛提高了,只有通过望海茶业技术部门的严格检测等级评定,其他茶场生产的茶叶才能使用“望海茶”商标和统一的包装。

通过检测评定的茶叶由望海茶业的包装中心统一进行包装。为了提高茶农的品牌意识,包装费比从

前降低了近一半,只收成本价,比茶农自行包装还便宜。

“这两年茶农的淘汰率都在30%左右。”潘启真回忆,“去年有一个比较大的茶场,连续四次送检的茶叶都被退了回去。茶场老板很生气,认为我们故意刁难。我二话没说,带着厂里的技术员,又邀请了其他几家大厂的技术员,一起赶赴茶场。连续4个晚上在他的茶场蹲点,终于找到了加工工艺不过关的原因——大厂采摘的茶叶数量大,但摊青(鲜茶叶摊在竹筛晾晒)超过6小时以上就会腐化,下半夜才开始加工的茶叶品质下降,加工人员又疲惫不堪,杀青的时间也就掌握不好了。找到了问题原因,茶场老板服气了,还再三感谢。”

“这两年,我们的技术人员几乎跑遍了每座山头的每座茶场,指导茶农提高加工水准。尤其是检测没有通过的茶场,技术人员就时不时地蹲点,帮助分析原因,提高技术。茶农们感谢我们,统一包装的意愿也越来越强烈了。我相信通过大家的不断努力,望海茶一定能够成为名茶中的名牌茶!”