

宁波地理

寻找有趣的乡村地名④0

村庄名片

岳井村位于宁海长街镇东部，濒临岳井洋，下辖陈芝岙、东张家、王家、隔港、横山头五个自然村，总户数1022户，人口2980人，地域面积5平方公里，养殖面积368亩，耕地3180亩，村民以蒋姓为主。以农业为生，手工业特别是刻字业蓬勃发展。

村名来历

长街镇附近有大片的海洋滩涂，当地人称之为“岳井洋”，与象山隔洋相望。还有一座山，当地人称岳井山。据传，岳井村民的先祖最早在岳井山脚下定居，村名遂以“岳井”命名。

记者探访

岳井村：村中有口“浙东第一井”

探访中，村支书蒋双振说，岳井村原先的位置是在高山上，后来才搬下来。为什么会搬下来，其中还有个美丽的传说。

岳井洋里的水是海水，不能作为饮用水食用。岳井村的先民们只能每天到岳井山上取山泉水饮用，很辛苦。

大约七八百年前，一位岳井村民下山干活，路过一处，发现有一只体型硕大的白鹤，站在一眼小水坑处，低下头喝水。村民觉得奇怪，随后几天都在此处蹲守，发现白鹤每天定时飞来喝水。

等白鹤走后，他上前一尝，水质清冽甘甜，十分好喝。他回去和村民商量后，将村庄迁到了此处，并扩水坑为井。为感谢白鹤的送水之情，村里人代代相传，都称这口井为“鹤井”。

记者在村里看到，这口井深7米，底下有两口活泉，井的形状呈桃形，长25米，最阔处有24米，面积大约720平方米。

“村民对这口井非常爱护，村里也制定了村规对井进行保护。”蒋双振说，井水即使在旱季也不会干涸，这口井，有

“浙东第一井”的美誉。

记者在探访中了解到，目前，岳井村以种植业和滩涂养殖业为主，主要养殖白蟹、蛭子、基围虾，除了供应宁波本地，还远销到广东、福建等地。

除了第一产业，岳井村还有一项工业很有名，那就是雕刻机。现在，岳井村乃至长街镇是全国的雕刻机生产基地。

说起这雕刻机，村里人至今十分感谢金良治老人。老人于上个世纪70年代制造出了机械刻字机。自此，这小小的雕刻机就成了岳井村的致富机。

自80年代至今，岳井村村民带着制造雕刻机技术外出闯荡，并靠此发家致富，足迹遍布全国几十个城市，有些甚至跑到了越南、中东等国家和地区。村民在外创办和雕刻机有关的企业近1000家，并带动了周边5000多名村民就业。

喝水不忘挖井人。近年来，这些富起来的村民捐款100多万元支持村里的道路、自来水等工程的建设。

记者 胡菲

望海茶发展探秘·品牌篇

望海茶：传承千年茶韵

五年创出名茶品牌

望海茶的经营秘诀，一言以蔽之，可谓“品牌战略”。上世纪90年代初，随着宁海名茶创制的成功，该县将名茶的生产技术从深甬镇向全县大规模推广。在望海茶成功创制的带动下，宁海名茶生产得到快速发展，至上世纪90年代末，已拥有全国、省、市级名茶8个之多。但是，过多的名茶品牌也导致生产规模小而分散，商品优势不明显，市场竞争力低下。随着市场经济的发展，这种小规模分散经营的生产方式同大市场的矛盾日益突出，成为制约宁海县名茶生产进一步发展的“瓶颈”。

如何冲破障碍？1999年，《关于宁海县名茶品牌战略的实施意见》正式出台，宁海迈出了名牌战略的第一步。对症下药方能药到病除。“品牌整合”则成了宁海名牌战略的必然选择。在综合分析了宁海名茶的特点后，望海茶以其悠久的历史，厚重的文化底蕴，独特的内在品质脱颖而出，被确立为全县名茶的统一品牌。

作为策划望海茶品牌战略的智囊团之一的林伟平在当时还提出以协会为龙头组织、龙头企业为市场经营主力、广大茶农为生产依托的产供销一条龙的产业化发展新构想。在林伟平等人的带动下，宁海县茶业协会、宁波望海茶业发展有限公司，作为品牌战略的实施主体应运而生，万亩有机茶建设工程也随之启动。经过不断探索和完善，以品牌+协会+龙头企业+生产基地的产业框架初步形成。随后，林伟平提出“天然、有机、健康”的产品理念积极引导消费，以及“统一品牌、统一管理、统一标准、统一宣传、统一包装、放开经营”的品牌管理新模式，为望海茶树立良好的形象奠定了基础。

从1999年实施品牌战略以来，望海茶知名度迅速提高，市场占有率节节攀升。生产规模以每年将近1500亩的面积增长，目前已有5万余亩。茶叶的价格也是节节攀升，从当初的每公斤190元增长到目前的530元，增加了近3倍。产值也从当初的2000多万元增长到目前的1.2亿元，增加了6倍。更重要的是，“望海茶”带动了200多户农户增收2亿多元。

“我们真正系统开发望海茶也就最近五年的时间，如果说我们真有什么成绩的话，我们用五年的时间走完了别人十几年的路程。”说到成绩，曾经担任宁海望海茶叶发展有限公司总经理的林伟平如此表示。

10多年前，“望海茶”还是一个襁褓中的孩子，10多年后的今天，“望海茶”的价格比当年增加了3倍，产值增加了6倍，为农户增收2亿多元。可以说，“望海茶”已成为宁波农业名副其实的一个靓丽品牌。

品牌之路

1984年	浙江省级名茶证书，为宁波市最早的省级名茶
1995年	第二届中国农业博览会金奖
1999年	第三届“中绿杯”全国名茶评比一等奖；第二届中国国际茶博览交易会国际名茶金奖；宁波市名牌产品
2001年	中国国际农业博览会名牌产品；
2002年	浙江名牌产品
2003年	“望海峰”商标获浙江省著名商标
2004年	浙江省十大名茶
2005年	浙江名牌产品复评证书
2006年	浙江省著名商标复评证书
2007年	第二届浙江绿茶博览会金奖；宁波市八大名茶称号；行业百强企业
2008年	第三届浙江绿茶博览会金奖；浙江农业名牌产品；农业科技创新型企业
2009年	中国鼎尖名茶
2010年	第五届“中绿杯”名优茶评比金奖
2011年	中华文化名茶
2012年	第六届“中绿杯”名优茶评比金奖绿茶博览会金奖

品牌宣传拓市场

“酒好还要勤吆喝，茶香更需多宣传”。品牌宣传是品牌战略的浓重一笔。宁海县政府充分认识到宣传的巨大作用，投入了大量的资金，吸取现代广告理念，全面导入CI品牌形象设计；建立望海茶商务网站，通过互联网向海内外广泛宣传；组织企业参加各种展示会、展销会、洽谈会，举办产品推介会，积极开拓海内外市场，收到良好效果。

自1999年望海茶品牌战略实施以来，举办和参加各种展示展销会、推介会等促销活动50余次，投入宣传资金近300万元，望海茶获得全国、省、市各级奖励20多次，先后被认定为宁波市名牌产品、浙江名牌产品、浙江省著名商标、浙江省十名茶，大大提升了望海茶品牌，为望海茶今后市场拓展打下基础。

品牌塑造质量先行

“打品牌，不仅得靠广告，更须有扎实的底子，良好的质量，以确保市场信誉。”这是望海茶管理者的一句口头禅。

1999年，《望海茶系列标准》由宁波市质监局发布实施，成为宁海首个农产品市级地方标准。标准涉及苗木、栽培、加工、销售的全过程。要求苗木上，依据“推广无性系茶树良种，淘汰种子直播”的原则，引导茶农进行大规模茶树品种改良；采摘上，以“不采雨水叶，不采病虫叶，不采紫芽叶”的“三不采”严格把关；包装上，为了从源头上阻止以次充好，以假乱真现象的发生，建立望海茶包装中心，将望海茶管理统一纳入包装中心管理，市场上销售的望海茶都是由茶业协会统一验收包装后再投放市场。这些举措的实施使得望海茶信誉不断提高。

为了满足不同消费人群的需求，在有关部门的审核下，望海茶还分出了5个等级，分别为精品、特级、一级、二级、普级。实践证明，这种质量管理模式对树立望海茶产品信誉起到决定性作用。

鲁威 陈云松

望海茶可以说是海内外更多消费者了解宁海的一张靓丽名片

中国著名茶学专家姚国坤

