



鲁政委 兴业银行首席经济学家,市场研究总监

再读3月20日央行储户问卷调查报告:82.5%的人倾向“储蓄”。注意,这里的“储蓄”不等于“银行存款”,是除“消费”之外的部分,包括存款、股票、基金、债券、理财产品等。购车意愿创有调查以来新高,说明中国进入汽车消费浪潮变成汽车王国的步伐,任高油价和堵车也无法阻挡了!



赵晓 北京科技大学管理学院教授

文摘:“乐谱中有种符号叫休止符。当奏到休止符时音乐完全停止;事务的发展、我们的一生也常有休止符,可我们总以为这些休止符就是事情的终了,是我们的末路和尽头。但它们是不能删的,一删就会破坏音乐的精彩。奏到休止符时,纵然音乐停了,但请记住:这才是精彩之处。稍待片刻,乐音就要重新奏起。”

产业扫描

## “百亿梦想”:皖茶下一个5年 十二五末,综合产值达300亿元;全省茶农人均茶叶翻一番 在5年内,培育2个龙头企业上市、1个超10亿元茶业“巨头”

记者 董艳芬 宛月琴

其实,不光是黄山毛峰,安徽自古就名茶好茶迭出,在中国十大名茶之中,出自安徽的茶叶就占了三成。随口叫来便有太平猴魁、祁门红茶、六安瓜片、岳西翠兰、霍山黄芽、桐城小花等等。它们“跳跃”在全省茶产业版图上,撑起了200多万亩的种植面积以及去年8.7万吨的茶叶产量。这些数字并不寒碜,但由于我省名牌茶叶生产规模不大,龙头企业带动力弱,近年来全省茶产业竞争力在全国的位次下降,与周边产茶省份的差距逐渐拉大,存在着类似于种植面积减少、产业化程度不高、品牌制约效应较明显、营销手段单一、产业链开拓不足等问题。

### 两个“卖茶”的故事

3月21日,合肥市潜山路与淠河路交口,江南茗茶城。去年8月以前,这里还是一座废弃的粮库。人流量还很少,三三两两的货车停靠在各个角落。茶城“掌门人”蒋楠告诉记者,今年的春茶还没有全面上市,里面忙活的经营户大多销售的都是外地早茶。这个在原老粮食三库基础上建立的茶城,占地110多亩,是目前国内数一数二的茶叶交易市场,其中,皖产茶叶的销售占到了7成以上。就在刚刚涉足茶行业的蒋楠等在

### “尴尬”的安徽茶产业

蒋楠对安徽茶产业的整体感觉是“尴尬”,虽然是产量大省,但品牌与产量的地位严重不符。“安徽的茶要想走出去,还是要打文化牌,要和徽州文化紧密结合”。安徽在茶商营销方式上,也滞后于浙江、福建等地,一个细节让蒋楠印象深刻:他们的店一进门,不管买不买茶,老板都会泡茶给客人,但安徽的茶商服务意识还是跟不上。而省农委特产处相关负责人杨庆则深入分析,在种植环节,去年安徽种植面积约200万亩,年产量8.7万吨,这个数字并不寒碜。但茶叶种植有特殊性,前期投入较大,3年后才有收成。而且,现在农民普遍出去打工,很少愿意在家种茶,也因为这个原因,导致采

### 未来5年的“百亿梦想”

记者注意到,在今年2月27日印发的省政府关于加强茶叶品牌建设进一步做大做强茶产业的意见,划定了这样的目标:力争“十二五”末,全省茶叶一产产值在2011年的基础上翻一番,达100亿元以上,综合产值达300亿元;全省茶农人均茶叶收入翻一番,茶产业在全国的位次提升。

根据这一意见,我省将突出重点,加快推进名牌茶做大做强,再以四大名茶为引领,做大做强市场主体。特别是在推动品牌的建设中,意见明确表示,要加强品牌管理,提升品牌的知名度和影响力,对品牌企业的生产、加

工、销售和企业管理实行标准化,做到品牌质量有标准、程序有规范、销售有标识、市场有监督。未来5年,安徽茶产业的“百亿梦”,依靠的还需要茶叶龙头企业。根据规划,未来我省将通过引进大型深加工龙头企业、扶持省内企业通过兼并重组等方式,加快培育上市企业和国内、国际品牌龙头企业。力争用5年左右的时间,培育1个年销售收入超10亿元、3个超5亿元、10个超亿元的茶业龙头企业,培育2个茶业龙头企业上市,2个茶业品牌获得中国驰名商标。

专家把脉

### 徽茶应加强品牌战略

全国政协委员、安徽农业大学副校长夏涛

黄山毛峰、霍山黄芽、六安瓜片……仔细算算,安徽的茶叶品种真是不少,但听上去似乎总没有西湖龙井、铁观音、普洱等茶叶那样“如雷贯耳”。对于这一点,夏涛认为,安徽茶叶一方面受地域限制,一方面在长期的发展过程中,各自为政,每个品牌都在抓,但着力点比较弱,因此,我们在茶叶整个的产业规划上面,应加强品牌建设。

夏涛认为,一个强大的品牌一定要有一个龙头企业作为发展品牌的支撑,因此培育和打造大型的茶叶企业,是比较现实的问题。“有了这个企业之后,再加大市场宣传,形成强大的链条,同时在品牌形成过程中加大对品质的提升。”

而对于市面上一些茶叶,动辄被炒到几千元甚至上万元一斤,夏涛认为,茶叶价格虚高是现实存在的问题,有一些茶叶价格和有点背离,动辄上万元的价格已经偏离了茶叶的本身,“茶叶就是一种大众消费品,不能把它作为奢侈品。如果大家都是按照这种文化炒作,把价格炒得很高,老百姓不喝茶,今后茶叶怎么发展?”夏涛说,业界认为这是一种不正常的现象,完全是一种短视行为。

### 茶树品种亟待更新改造

安徽省茶叶行业协会常务副会长顾公新

安徽省茶叶行业协会常务副会长顾公新表示,徽茶拥有辉煌的历史,品质优良,品种繁多,有着良好的生态环境,在国内国际市场享有放心茶、健康茶的美誉;但其当前面临的种种问题仍不容乐观。

茶树品种进入中老年期,亟待更新改造;山区产茶从栽的现状使同样面积的茶园产量不高;无性系良种技术的发展与外省相比差距大。同时,加工工艺及设备的陈旧造成了规模化及标准化生产受制约。产品深加工技术和经销模式相对滞后,对产品品牌重视程度不够,思路老化,创新不足,营销队伍能力有待加强,这一切都是徽茶目前存在的种种问题,制约了徽茶发展。

他建议徽茶的发展应站在战略的高度,树立徽茶产业目标,促进全产业链发展,提升产业链价值,创新规划,健全茶产业的科学性、经济性、超强性和可操作性。



茶农蒋大林和老伴在茶园除草

# 安徽,如何「泡」出一杯好茶?



刚吐出嫩芽的茶树

# 安徽,如何「泡」出一杯好茶?

但难题仍然存在。记者从谢裕大杨村茶厂了解到,早期制做的顶级黄山毛峰,采摘标准为一芽一叶初展,而这样的鲜叶,一名采茶工一天也只能采摘4两左右。而如果采摘不及时,势必会影响到顶级黄山毛峰的产量。

“黄山毛峰只生产一个月的时间。”谢裕大杨村茶厂的一名负责人谢兴水称,为了提高茶农的积极性,开园的鲜叶收购价涨得很高,去年达到每公斤320元,今年的价格肯定还会上涨。

品的保护。

在富溪境内,生产黄山毛峰的茶厂多达36家,除了4家大厂以外,其余的32家规模相对较小,茶商们在思考进一步统一规范黄山毛峰的制作方法。

黄山毛峰制作的关键环节是温火慢烘,使茶叶保持完好的色泽,又能使茶叶增强香味。如果制作方法不统一,势必会让市场上黄山毛峰品质不一。树立业内公认的行业标准,实施全程质量控制,以求生产标准化,加工规范化,包装标识化,营销品牌化,才能在安全的基础上追求高品质、高档次。

在淘宝网开设专区,建立网络直销平台。去年第一年尝试,就销售了600万。

谢一平表示,以前黄山毛峰大多重生产、轻营销,今后这一局面将得到改变。在合肥,谢裕大目前的营销队伍仅为20多人,今后将扩大到100多人,立足合肥,面向全国及海外招募特许经营商,重点开发上海、北京、陕西等省市和国外市场。

面对可能遇到的发展瓶颈,谢裕大正在悄悄地做起了产业链延伸。去年,该公司成功收购了一家太平猴魁茶企,此外,向祁门红茶和龙井茶进军,也正式纳入了公司的发展规划。

在徽州区潜口镇玉屏山,总面积4000亩的谢裕大唐模生态旅游观光茶园已经建成,去年正式对游客开放。以发展新型农旅结合产业为主题,充分利用谢裕大茶叶博物院、基地茶叶生产过程和基地生态环境,为游客提供休闲、观光、体验等服务,去年,就吸引了数万名游客。

## 黄山毛峰:高处不胜寒

### 愿意种茶的人在减少,采摘工也越来越难找 核心茶区遭遇成长烦恼,品牌大战不断打响

记者 张火旺 陈明 文/图

3月21日,黄山下起了雨,气温依旧很低,最低温度2℃。记者来到中国十大名茶“黄山毛峰”的发源地徽州区,在主产地之一的杨村乡的一片茶山上,茶树刚刚吐出嫩芽。与往年相比,持续的阴雨低温天气,让这个茶季推迟了10多天,茶农和茶企都皱起了眉头。

### 一个茶农的守望

杨村乡政府大楼,依山而建。背后成片的茶园,茶农们正在除草。持续的阴雨低温天气,丝毫不影响杂草的疯长。

今年60多岁的茶农蒋大林,与老伴一起,佝偻着腰,在茶园里不停地劳作。他们家共有6亩茶园,由于年轻人大多外出务工了,全靠老两口打理。

“往年,再过两天,就可以正式开园采茶了,但今年的茶树刚刚吐出嫩芽,开园最少也得推迟十天。”蒋大林不无忧虑地说,茶叶一旦开采,最缺的是人手,特别担

### 核心产茶区的困扰

徽州区富溪乡,是黄山毛峰的核心产区,建有生态茶园17100亩。每年到了开园的时节,自然是一派繁忙的茶事景象。买正宗的黄山毛峰,就到徽州区。但早些年开始,就有邻县的茶农将鲜叶挑到富溪乡,冒充当地的鲜叶出售给茶厂。黄山毛峰嫩芽肥壮,对土壤、气候的要求十分独特,外地的鲜叶涌入,必然会造成黄山毛峰品质的下降。

控制外地鲜叶流入,凭身份证交茶,就成了富溪乡每逢茶季的工作重点。茶厂对茶农出售的鲜叶进行登记,除了保护价收购之外,年终还会按比例进行返利。

### 黄山毛峰的市场之争

在黄山本地和合肥市场,可谓是掀起了“黄山毛峰”大战。在一些较大的茶叶市场,“黄山毛峰”出现的频率可谓是最。记者从安徽茶叶商会了解到,现在安徽市场上60%的“黄山毛峰”却来自外地,如果任由其蔓延下去,黄山毛峰就会有沦为“大路货”的风险。

### 延伸产业链破解瓶颈

由于林地资源的有限,当黄山毛峰产业发展到一定阶段,整个产业势必会受到制约。徽州区农委茶叶站站长蒋志文介绍说,目前全区生态有机茶园面积为52000亩,拥有省市级农业产业化茶叶龙头企业6家,基本上能满足这些茶企的需求。

“要扩大黄山毛峰的产量,只有在精细化管理上做文章,比如加快低产茶园的改造,加大茶农的种植技术培训,提高专业化水平。”蒋志文说,只有这样,黄山毛峰才会还有一个较大的上升空间。

心的是,如果气温突然回升,而且持续较高的温度,茶叶就会一个劲地吐芽,根本就来不及采摘。

同行的杨村乡党委书记陈朝胜告诉记者,在政府的指导下,当地茶企都成立了自己的合作社,茶农们都跟几家大的茶企合作社签订了供应鲜叶的合同,实行保护价收购。为了解决采茶工的问题,乡政府和几家大的茶企都在积极想办法,主要是外出招工。“去年一个茶工的工资是每天80元,今年估计要涨到100元。”

政府则对茶厂进行监管,严格控制来路不明的鲜叶。据了解,富溪乡政府正在着手规划建立茶叶鲜片统一交易市场,以彻底解决茶叶鲜片有序交易,排除安全隐患。“以这种方式控制黄山毛峰的生产,以防一些质量不好的黄山毛峰进入市场,直接影响到优质黄山毛峰。”富溪乡党委委员方志君表示,他们建议徽州区学习太平猴魁和龙井茶的经验,申请注册“富溪黄山毛峰”的证明商标,区别外地品质比较差的黄山毛峰,只有在徽州区生长生产的茶叶,才能使用“富溪黄山毛峰”证明商标销售,加强对黄山毛峰正产地高端产

峰”茶企谢裕大公司很是忧虑。尽管公司在全省各地市都有布点,但真假难辨的市场,不得不一次次改变自己的营销模式。

据谢裕大公司董事长谢一平介绍,目前除维持现有的直营店和代理商之外,公司今年将尝试特许经营这一模式,这样更有利于商品和知识产权的保护。

谢裕大还专门成立了网络营销队伍,

而做为黄山毛峰的茶企龙头老大,谢裕大公司也在为破局做思考。

据了解,该公司花重金组建成一支36人的科研队伍,着力在茶叶品质的提升上做文章。“黄山毛峰走的就是中高端路线,面对其他品牌比如龙井茶、碧螺春茶、铁观音等的竞争,黄山毛峰在制作技艺上只有精益求精,才能让品牌长盛不衰。”谢一平表示,将以茶叶的精深加工为核心,以建设天然健康产品和服务一体化的产业链为目标,向茶园种植和体验基地及终端产品两头延伸。