

重走“茶马古道”，茶产业还缺点啥

据不完全统计，目前中国茶产业综合产值已达5000亿元，生产茶叶的厂家数以几万计，但在国际上，中国却拿不出一款叫得响的品牌。茶叶专家认为，寻找中国茶的出路，除了要提高市场话语权，还要做深、做透茶文化……



吴国



彭琦



张爽



李峰



邱仰林



高连福

茶文化与
中国茶产业发展沙龙

■ 本报记者 石岩

曾经铃声悠扬的茶马古道，现如今，茶香早已消散。

说起中国茶，虽说连续十年20%的复合增长，给中国的茶产业带来了无限的想象，但出口以及创汇与产量的严重失衡，已经成为我国茶产业，只能坐望5000亿的市场规模，却“走不出去”的鸿沟之一。

“我国是茶叶大国，但绝对不是茶叶强国。”在《中国企业报》集团举办的“茶文化与茶产业发展”系列沙龙座谈会上，北京瑞福盛茗科贸公司总经理张子瑞表示，品牌的缺失，让有些国家的消费者还不知道中国也有茶文化，可见打造和完善中国特色的茶叶品牌建设工作，依旧是中国茶企走出去的方向和目标。

张子瑞表示，中国茶产业摆脱传统的粗放式生产经营模式仍是当务之急。

除张子瑞之外，《中国企业报》集团社长吴昀国、茶文化研究专家及国际茶艺俱乐部秘书长张爽、中国幻彩艺术女画家彭琦、北京汇龙森国际孵化器生命科学事业部李峰以及中国企业创新研究院副院长高连福参加座谈。沙龙由中国企业创新研究院执行院长邱仰林主持。

有名茶，没有名牌

据不完全统计，目前中国茶产业综合产值已达5000亿元，其分配比例为农业1000亿元、批零2000亿、茶馆700亿、茶饮料700亿、茶食品200亿、茶精加工产品100亿和茶机械产品200亿，剩下的100亿元为其他。

不论数据是否准确，中国正成为世界第一大茶叶市场，已成为不争的事实。

反观当下，中国茶在国际上却拿不出一款叫得响的品牌，真是有名茶但无名牌。而在国内，同行竞争更是无序化、白热化，有甚者违背行业规则，恶意攻击竞争对手。对此，张子瑞在座谈会认为，“恶性竞争，让消费者难辨真伪，购买假冒伪劣产品见怪不怪，这给整个行业带来负面影响，重要的是伤害了消费者对国名茶的信心。”

正是市场的无序竞争、品牌意识的模糊，成为中国茶叶“走出去”的难题之一。

据了解，中国目前有2000个茶叶生产县，名优茶众多。如此优厚的资源环境，孵化了一大批茶叶从业者和公司，虽然生产茶叶的厂家数以几万计，但能称得上品牌的产品则几乎没有。

“中国茶行业内部的产品竞争由于全国尚未形成一个统一的茶叶价格定位标准，故现已演变成较混乱的、激烈的‘价格大战’，这也从另一方面表现了市场的不成熟和资源分配的松散。”国际茶艺俱乐部秘书长张爽表示，资源过度分散，给企业造成最直接的影响是，浪费了相关企业的有效资源和管理成本。

在企业发展过程中，企业对资源利用、产品定性、核心价值、品牌文化、品牌战略等，都需提前进行规划，对此，北京汇龙森国际孵化器生命科学事业部李峰表示，“中国茶叶资源分散、生产分散、出口一直以散装为主，自然也就只能充当国外品牌茶叶的原料供应商。”

掌握“话语权”

“目前市面上，同质化产品竞争越来越激烈。也可以说，传统茶业是个红海产业。”张子瑞告诉记者，凭借他多年的从业经验可知，“茶叶的发展还是在传承的基础上。”

这就要求中国的茶企要从练好“内功”开始。

“茶作为快速消费品的一种，却不能像酒一样形成‘国酒’效应，虽然倡导茶为国饮，却没有形成让国人都能接受的、共同认知的茶叶品牌。”张爽认为，茶叶目前没有形成全国的知名品牌的品牌，主要原因是政府和企业的投入相对薄弱，与消费者的期待没有形成最后的合力，造成了资源的分散。

张爽认为，想做强做大，应该把各级政府资源统一到平台上去，通过统一的运营渠道去做产品的市场深耕。

“制定系统、科学、合理的标准，一方面加大茶叶标准化生产宣传，一方面下大力气在种植、生产、加工、流通等各个环节进行规范化、标准化管理。”张子瑞分析认为，除了产品相对标准化外，还要加强产业要素的优化组合，特别是对龙头企业的培育和扶持，引导其拓展多渠道销售方式，加强目标市场体系的构建，进一步提高茶叶的附加值，提高品牌效益和影响力。

中国企业创新研究院执行院长邱仰林则认为，茶产业要取得突破，则要靠现代技术实现产业的延伸——发展现代茶，这也是在给茶叶寻找新出路。

“随着科技进步，茶产业在极化，已

经从原始茶叶发展到再加工茶，即以各种毛茶或精制茶为原料结合利用现代科技工具再加工而成的茶。而发展现代茶，必须突破茶的冲饮方式。要跳出茶叶研究茶叶，积极拓展茶叶的应用领域，把喝茶变为吃茶、玩茶、用茶等，将茶叶的功能性成分按抗氧化剂、抗辐射剂等开发，广泛应用于日化、食品、保健品等领域。”邱仰林说。

承载文化内涵

中国是茶的故乡，始于神农时代，中国的茶文化至少有4700多年的历史。

而随着物质文明和精神文明发展也给茶文化注入了新的内涵和活力。在这一新时期，茶文化内涵及表现形式正在不断扩大、延伸、创新和发展。

“将品茶延伸为一种生活态度，重新诠释茶文化的内涵，从清醇淡雅到平常心。成功的品牌文化，可以赢得消费者的广泛认可。”张爽说。

茶文化是个大概念，有精神的层面，也有物质的层面。

“茶文化是伴随商品经济的出现和城市文化的形成而孕育诞生的。”中国企业创新研究院副院长高连福说，历史上的茶文化注重文化意识形态，以雅为主，着重于表现诗词书画、品茗歌舞。茶文化在形成和发展中融化了儒家思想、道家和释家的哲学思想，并演变为各民族的礼俗，成为优秀传统文化的组成部分，形成独具特色的一种文化模式。

“传统美德是经过几千年积淀下来的被历代人们所推崇的美好道德，是民族精神和社会风尚的体现，展示了我国特有的奉献、礼谦和相敬等人格魅力。”中国幻彩艺术女画家彭琦表示，进入新时期，茶文化融入现代科学技术，市场经济精髓使茶文化价值功能更加显著、对现代化社会的作用进一步增强，她说：“茶文化的社会功能主要表现在发扬传统美德、展示文化艺术、修身养性、陶冶情操等。”

【名家推介】

张子瑞：北京瑞福盛茗科贸有限公司总经理、技术总监，寿春苑茶文化交流中心召集人，健康顾问。张子瑞从事茶叶行业30年，经过几十年的专业积累，他对茶叶种植、生产、制作、研发、销售等，形成较为成熟的市场管理经验，其所经营的茶叶已经销往欧美、东南亚等地区。

品茶言志



茶产业在极化

■ 邱仰林

中国茶产业综合产值已达5000亿元，这是中国社会科学院茶产业发展研究中心主任陆尧在一个名为“百年世博名茶发展研讨会”上给出的数据。

单看这个数字，应该感受到中国人对茶叶的消费偏好，形成了一定的群众基础。实际上，全世界有100多个国家和地区的居民都喜爱品茶。

众所周知，茶文化是中国独有的源远流长的文化，中华茶文化博大精深，茶产业产值一直在中国经济中占有一定的份额。正如陆尧主任在研讨会现场的所谈所论，对5000亿元产值的解读是：农业1000亿元，批零2000亿，茶馆700亿，茶饮料700亿，茶食品200亿，茶精加工产品100亿，茶机械产品200亿，剩下的100亿元为其他。

茶为常绿灌木或小乔木植物，植株高达1—6米，茶树喜欢湿润的气候，在我国长江流域以南地区广泛栽培。茶树种植3年，就可以采叶制作成品。茶是广泛流行于世界的保健饮品，起源于中国，中国人饮茶已有四千多年的历史。

在中国古代，便有神农以茶解毒的故事。在中国历史上有文字记载，四川蒙顶山是人工种植茶叶最早的地方。现存世界上关于茶叶最早记载的王褒《童约》和吴理真在蒙山种植茶树的传说，可以证明蒙顶山是茶树种植和茶叶制造的起源地。

《茶经》是中国乃至全世界现存最早、最完整、最全面介绍茶的第一部专著，被誉为“茶叶百科全书”，由中国茶艺奠基人陆羽所著。此著将茶基本分为绿茶、红茶、乌龙茶、白茶、黄茶、黑茶。中国名茶主要有：武夷岩茶、西湖龙井、洞庭碧螺春、君山银针、黄山毛峰、庐山云雾茶、安溪铁观音、六安瓜片、信阳毛尖、祁门红茶。

茶叶中所含的成分很多，接近500种，主要有咖啡碱、茶碱、可可碱、胆碱、黄嘌呤、黄酮类及武类化合物、茶鞣质、儿茶素、萜烯类、酚类、醇类、醛类、酯类、芳香油化合物、碳水化合物、多种维生素、蛋白质和氨基酸，茶中还含有钙、磷、铁、铜、碘、锰、钼、锌、硒、铜、锗、镁等多种矿物质。

茶叶的主要成分是茶多酚、咖啡碱、脂多糖等，具体作用有抑制和抵抗病菌、利尿解乏、抑制心血管疾病、预防和抗癌、预防和治疗辐射伤害、降脂助消化、延缓衰老、护齿明目、醒脑提神、美容护肤等等。茶叶有很多功效，可以防治内、外、妇、儿各科的很多病症。茶就是药，这为药书所记载，因而，茶不但是药，而且是如同唐代陈藏器所强调的：“茶为万病之药”。

饮茶最好做到：春季喝花茶，夏季喝绿茶，秋季喝青茶，冬季喝红茶。

喝茶要注意：新茶不宜多喝，存放不足半个月的新茶更不要喝，新茶中还含有较多的咖啡因、活性生物碱以及多种芳香物质，这些物质还会使人的中枢神经系统兴奋，有神经衰弱、心脑血管病的患者应适量饮用，而且不宜在睡前或空腹时饮用；喝茶的时间最好在饭后，空腹喝茶会伤身体，会抑制胃液分泌，妨碍消化，严重的还会引起心悸、头痛等“茶醉”现象；晚上喝茶时要少放茶叶，不要将茶泡得过浓；一定不要饮用隔夜茶，也不能用保温杯泡茶，避免营养成分流失；黄连素与茶不能同时食用；茶属于刺激性饮料，含有鞣酸和咖啡碱，青少年不宜喝茶；女生六个阶段千万别喝茶：每月生理期来临时、孕妇正值怀孕期、孕妇将要临产、刚生产完之后想亲自哺乳的产妇、身为乳母者、正值更年期的女性。

“总部经济战略理论”认为，随着科技进步，茶产业在极化，已经从原始茶叶发展到再加工茶。以各种毛茶或精制茶为原料，结合利用现代科技工具，再加工而成的茶称为再加工茶，包括花茶、紧压茶、萃取茶、果味茶、药用保健茶、含茶饮料等等，常见的有减肥茶、冰红茶、冰绿茶、奶茶等。

利用电器可以达到烘干效果，再若结合机械加工、物理加工、化学和生物化学加工、综合技术等各种深加工技术，能促使开发各种功能茶，如降血压、减肥、醒脑提神等。当然，茶叶制作的技术实现只是一个方面，茶产业要想做大做强，更多的要靠后端的茶产品市场开发，以及附着在茶叶之上的文化内涵和品牌张力。

（作者系中国企业创新研究院执行院长）