

## TIANMOWENCHACHA

## 天姥问茶

## 2011 中国茶叶大会暨第五届新昌大佛龙井茶文化节

茶产业  
扬起转型升级的风帆

■ 孙状云 郭志贵

回眸“十一五”，县委、县政府在茶产业发展中积极作为，有力推进了我县茶叶经济的快速发展，实现了农民的持续增收，以致有许多茶叶界专家和学者将这种现象称为“新昌模式”。今年是“十二五”开局之年，新昌的茶产业扬起了“转型升级”的风帆……



自上世纪八十年代，我县在历届县委、县政府领导的重视下，致力于茶产业的振兴与发展。由“圆改扁”创造性地发展做大了茶产业，并创立了大佛龙井品牌，又通过创办浙东名茶市场，以市场带动茶产业与大佛龙井品牌发展，不仅解决了千家万户茶农的卖茶难，更是通过茶产业的发展，使茶叶成为了占全县 42% 涉茶农民增收创收致富的富民工程。由我县创造的“政府主打品牌，推动茶产业发展”的“新昌模式”，一直以来被全国茶界作为“中国茶叶经济发展典型模式”而广为推崇。

从 1984 年第一只名茶“望海云雾”的试制成功到如今大佛龙井在全国家喻户晓，从 1990 年名茶园面积仅为 1000 多亩到目前近 12 万亩，名茶产量由起初的 5 吨到目前的 5400 吨，产值由 20 万元到目前的超 5 亿元，“新昌模式”不仅为我县的茶产业的腾飞创造了神话，也为全国茶产业的发展带去宝贵的经验。

大佛龙井在某种程度上已经成了龙井茶的代名词，与浙江许多一县一品名茶相比，它早已超越了区域品牌范畴，逐渐成为全国性的品牌。

过去的新昌模式，以及由市场带动产业，以公共品牌带动茶农销售的经验，为我县的茶产业及大佛龙井品牌的确立打下了坚实的基础。“新昌模式”在很好地解决了新昌茶产业的生存问题后，面临如何加快发展及产业转型升级的抉择。大佛龙井正处于由产品经营向品牌营销转变的新时期，实现品牌的最大溢价，实现全产业链的利润最大化，进一步拓展市场，扩大和提升消费群体，追求产业效益，是未来的主方向。

前不久，县政府出台了《关于加快发展茶叶产业建设茶业强县的意见》，明确了“茶业强县”的建设目标、投入机制和扶持政策。意见指出，今后五年，我县将紧紧围绕“茶业强县”这一目标，全面实施茶叶产业提升战略，着力推进茶叶生产经营的规模化、机械化、品牌化、市场化、国际化，努力把新昌茶业的先天优势转变为可持续发展优势，将新昌打造成为全国龙井茶生产、加工、贸易、文化中心和茶产品集散中心。

新昌茶产业新发展应该要有新的理念，新的思维和新的思路。解读“十二五”规划中新昌茶产业的转型升级，让我们更好地了解我县以新的思路来推动新昌茶产业的发展。不追求茶园面积数量型的盲目扩张，而致力于基地建设，侧重优势区域布局，导入“低碳茶业”理念，做精做细新昌茶业，从基地、加工、产品、市场、品牌及品牌主体提升等入手，引导产业转型，切实推进我县茶产业的可持续发展。

——通过优势区域布局规划，推进基地建设，引导集约化经营。由千家万户的小农经营向专业户、品牌企业大户集约化经营转变。推行农业合作社联接农户的生产、加

工、销售模式，致力于清洁化标准化生产加工和规模经营。计划在“十二五”期间，新建 10 家具备 1 万公斤以上名茶加工能力的示范茶厂，抓好 100 家标准化名茶厂的建设，力争“十二五”末，60% 以上的散户农户向名茶厂集中加工。

——引入“农业庄园”式经营模式。推广与茶文化旅游相结合的体验经济，挖掘新昌茶文化人文历史资源，结合“唐诗之路”，“茶道之源”，在未来的新农村规划中建设几处适合休闲旅游的茶乡景点，摸索从产品经营到品牌经营，最终走向文化经营的路子。

——加快培育龙头企业步伐。我县的龙头企业不强不大，这是制约我县茶产业发展的瓶颈，公有品牌和子品牌要有共生共存的过渡时期，最终的目标是培育龙头企业做强做大，走到市场前沿，去占领市场。不能只着眼于本土企业，要以“大产出，大投入”的思路，引入风险投资和外来资本投资新昌茶业。不仅仅局限于传统茶产业品牌建设的投入，而是要涉及到茶产业链深加工的投入。新昌茶机行业的迅速发展，给人很大的启示，2010 年新昌茶机销售达到了 3 个多亿。其他如保鲜剂、茶枕等衍生的茶制品发展势头亦是喜人。提倡“外行人做茶”，突破传统思维理念，引入茶叶深加工投资项目。把着眼点放在引入能做强大产业与具有品牌经营的全新的经营理念与营销思路的人才上去。

在新昌模式向大佛龙井模式转变的过程中，我县将积极引导三种人转变身份：茶农向茶工人转变，从事茶业工作者向茶专家转变，经销商向茶商和品牌经营者转变。积极引导从名茶集中加工中解放出来的茶农向经销商、茶商转变，鼓励新昌茶农走出去，成为大佛龙井茶新生代的营销主力军。

中国茶市，不仅仅是大佛龙井的交易市场，更应是辐射全国的绿茶交易集散中心，充分利用绿茶价格指数发布，推进电子商务等新兴交易模式。强化茶文化休闲功能，使中国茶市不单是全国茶商光顾的地方，而且要成为来新昌旅游的人参与体验品茶、买茶、看茶的旅游一景。如果说大佛龙井的品牌战略是“走出去”的话，那么中国茶市的战略则是“请进来”，不仅要邀请包括浙江十大名茶在内的全省的著名茶品名品入驻，还要邀请全国各茶类的著名茶品品牌入驻中国茶市，促进中国茶市的繁荣发展，在提升和配备完善市场功能的同时，加强对入驻茶商的服务，提高中国茶市自身在业内外形象的美誉度、知名度。

十二五规划，我县将积极构筑大佛龙井现代营销网络，计划在全国地市级以上城市建设 1000 家大佛龙井专卖店（专柜），启动大佛龙井品牌形象店和品牌茶楼建设。同时，也将启动境外大佛龙井专卖建设。

