

# 中秋将至 茶市火了

中秋市场占全年茶叶销售的三成,茶饼结合成为大门店主流模式,营销手段不断推陈出新



## 旺季到来 拳头茶品推向市场

近日,记者走访了市区的多家茶叶店。据店主及工作人员介绍,随着教师节和中秋节的到来,茶叶市场在这段时间里也渐渐红火起来。

“泉州每年有四大茶叶销售的高峰期,分别是春茶、秋茶、中秋、春节四个时期,其中中秋的市场销售份额占到了全年的三成左右。”裕园茶业董事长林扬闻介绍,8月29日裕园茶业举办了2023年中秋营销会,从前段时间开始,泉州中秋茶叶市场的销售旺季就已经到来。从销售的种类来看,泉州本地的名茶铁观音仍然受到广大消费者的青睐。其他种类的茶叶,诸如大红袍、普洱茶、白茶等的市场销量也不错。消费者所选择的茶叶品种也呈现出更加多元化的特征。

据介绍,茶叶不仅具有文化内涵,还有着健康功效。茶叶含有丰富的维生素和矿物质,有助于提高人体的免疫力。同时,茶叶还含有丰富的抗氧化物质,具有抗衰老和抗癌的作用。喝茶还可以帮助消化,促进新陈代谢,保持身体健康。因此,将茶叶作为中秋送礼的选择,不仅能传递祝福,还能够关心亲友的健康。比如今年裕园主打具有健康属性的金矿茶。

安溪铁观音名匠陈繁荣则主推传统型铁观音。“春吃水、秋品香,安溪铁观音历来有‘春水秋香’美称。”陈繁荣说,每年他都要在自己管控的茶园内下两遍有机肥,冬天还要对茶园进行石硫合剂封园。春茶因为生长期长,内涵物丰富,更适合做传统型铁观音,这种铁观音茶汤浓度高,滋味更加醇厚,公司今年春茶做的大部分是传统型铁观音,因此中秋他们主推的也正是传统型铁观音。“月饼通常很甜,搭配传统型铁观音不仅解腻,口感也很好,简直是绝配。”离中秋还有20天左右,陈繁荣备的4万罐传统型铁观音已所剩无几。“除了自己销售之外,泉州的一些专卖店也找我合作销售,每罐125克,售价298元,相当于1斤1000多元,无论是售价还是销量,都挺理想。”

记者在走访中了解到,近几年随着人们物质生活水平的不断提高和消费观念的不断变化,消费者的茶叶购买观念也更加趋于理性。在中秋节茶叶销售中,价格在五百到一千元的茶叶成为消费者的主要选择。

## 月饼配茶 成为销售主流模式

记者走访了一些泉州本地的茶叶销售点及各大“茶文化”体验馆,工作人员表示,今年中秋茶叶销售最大特点仍在于将“茶”与“饼”融合起来。记者还发现,各个店家推出的“茶饼”销售模式都不尽相同,各具特色。

福建富源茶业有限公司董事长詹保凌介绍,富源茶业的月饼生产制作,主要与知名的食品生产厂家共同合作完成。本次共推出“禅心”“皓月”与“皓月禅心”三款产品,作为中秋节的伴手礼,包含莲蓉、奶黄、冰皮等几种不同的口味。月饼作为一种礼品,消费者的购买时间比较固定,时效性强。所以,在销售过程中要根据市场的变化情况和消费者对产品的心理诉求,不断调整销售策略。根据企业的实际情况,一般在中秋节前的7—10天能把月饼全部售罄。

“我们在这次推出的月饼系列是另外一种特色,可以满足不同消费者的需求。”林扬闻说,裕园推出七星伴月、礼送福报、祈福品月、锦兔追月四款产品,这些产品既从裕园文化出发,又贴合中秋氛围,口味多样,设计年轻化。这些产品正在各大实体店和网络商城中同步销售。从目前的情况看,裕园的月饼销售特别火爆。林扬闻向记者展示该公司全国统一订货款跟他的对话内容,显示198元和158元的两款产品已经售罄,其他两款产品存量已经非常少。

八马茶业则与广东省非物质文化遗产深圳老字号等名家合作,甄选高山黑松露、松茸等食材,以茶入饼,推出7款“双非遗”月饼,打造“舌尖上的非遗味道”。

“我们公司本次中秋节的销售策略中最大的特点就在于将茶叶的元素注入月饼之中,实现了茶与饼的有机融合。”泉州一家茶叶店的老板说,顾客在品尝月饼的时候,也能感受一丝茶香停留于舌尖齿间。在中秋赏月的时候,吃上一块“茶香月饼”,如果再配上一杯清茶,口感更佳!

### 核心提示

中秋节是中国重要的传统节日之一,也是团圆的象征。在这个特殊的日子,亲友团聚,共同品尝美食,享受团圆的快乐。在走亲访友的随手礼中,茶叶有着丰富的文化内涵和健康的功效。中秋临近,泉州的茶叶市场销售迎来了一波高峰。

与此同时,一些茶企将茶叶与月饼同时销售,成为营销的重要手段。□本报记者 谢伟端 文/图 (除署名外)



对于很多人来说,茶与月饼是中秋的标配。(CFP图)



店员正在整理月饼和茶叶

传统型铁观音茶汤颜色较重,滋味醇厚。

## 亮点频频 销售模式推陈出新

离中秋节还有半个多月的时间。不少商家表示,最近也是中秋前生意最忙的一段时间,不少客人都提前打来了电话订茶叶和月饼,中秋茶叶销售中最火热的一战已经打响。不少商家都做了许多的准备来迎接这次的销售旺季。在一些茶叶门店,工作人员时刻做好备货的准备,保证店内货源充足。店内准备了不同种类的茶叶,以满足不同消费者的需求。

为了能在市场中多分一杯羹,茶企们在销售渠道和销售方式上也是推陈出新。安溪感德品苑负责人吴堃东说,优质的茶叶不仅能够展示送礼者的品位和文化素养,还能够传递祝福的寓意。因

此,在选择中秋送礼的茶叶时,他们注重茶叶的品质和口感,同时也要注意茶叶的包装和礼盒。“我们在保证茶叶质量的同时,也在包装上下功夫,比如一斤茶叶分装成三四盒,邮寄出去就是满满一箱,客户收到后很有满足感。”

安溪一家小茶企也在近日推出两款热销的产品,该茶企老板谢先生还主动联系四川的客户,并成功说服客户将他的茶品作为中秋员工的福利发放。但是该客户要求,这些茶品上必须印客户所在单位的LOGO,为此谢先生专门到网上定制礼盒,尽量满足客户的个性化需求。“仅四川这个客户,我就卖了30多斤。”谢先生满意地说。



为中秋赏月,提前准备茶叶。(CFP图)

### 茶事

## 茶舞《千揉百捻》参加“百合花奖”大赛

本报讯 近日,由安溪县委创作的舞蹈《千揉百捻》应邀参加“艺心向党,舞颂新时代”——第七届福建舞蹈“百合花奖”专业舞蹈大赛展演。

据了解,《千揉百捻》是由安溪县委创作编排的茶文化·大型主题系列情景剧《铁观音》中的舞蹈表演之一。其演出单位为县高甲戏艺术保护传承中心与县茶文化艺术中心。该舞蹈取材于铁观音制茶工艺揉捻环节,舞蹈化演绎安溪铁观音精湛制作技艺的同时,讲述技艺传承的感人故事。

安溪县委高甲戏艺术保护传承中心

主任谢志斌介绍,《铁观音》是全国茶界第一部以茶树品种、品牌命名的茶文化·大型主题系列情景剧,于今年5月15日在县影剧院首演,引发热烈反响。情景剧中的精品舞蹈之一——《千揉百捻》登上省级赛事舞台,不仅展现茶乡舞蹈演员的深厚功底,更向全省演绎了安溪人爱拼敢赢、“靠自己骨头长肉”的精神特质。

据悉,“百合花奖”专业舞蹈大赛由福建省文联、福建省文化和旅游厅主办,福建省舞蹈家协会承办,是福建省为出作品、出人才而精心打造的专业舞蹈权威赛事活动。此次大赛共有40件作品入围决赛,群舞作品18件,单、双、三人舞作品22件,涵盖多种舞种。(陈和刚 谢伟端)

## 山东大学“茗香研旅”体验安溪茶文化

本报讯 近日,山东大学外国语学院“茗香研旅”实践队探访安溪,以茶产业数字化转型与文旅发展为重要研究目标,访著名茶乡、学先进经验,探未来之路。

“安溪铁观音茶文化系统”具有显著的全球重要性,主要体现在首创乌龙茶制作技术和茶树“短穗扦插”繁殖技术。“在安溪县委文化和旅游局工作人员的生动讲解下,队员们对安溪茶文化有了更清晰的了解,也对安溪建设“中国茶都”,安溪具有众多知名茶叶品牌,如安溪铁观音集团、八马茶业。为深入了解品牌故事,队员们走进八马茶业总工厂,学

习八马礼茶二十四条定律,参观百茶园,亲身体会制茶工序,共同品尝八马茶叶的经典韵味。

在数字福建(安溪)产业园里,队员们深深感叹安溪“茶科技”的魅力。“我们不仅通过3D、VR等高科技元素,了解了安溪茶文化的深厚底蕴,还看到‘安溪铁观音一号’‘安溪铁观音二号’两颗遥感卫星以具体的土壤、坡度等数据,推动茶产业数字化进程。”队员黄千茹为安溪茶产业数字化发展点赞。

经过两天的实地调研,队员们纷纷表示,在此次调研中,不仅感受到安溪茶产业蕴含的工匠精神,更感受到安溪对发展现代化茶产业的努力与决心。团队将立足自身专业优势,形成调研报告,助力安溪铁观音文化传播和安溪茶产业发展。(吴梅珍 易锦雨 谢伟端)