

# 生态种植筑牢品质根基,产销顺畅带动茶农增收 稳量提质 安溪铁观音春茶上市

今年安溪春茶开采时间提前,眼下已全面上市。连日来,本报记者深入安溪感德、祥华、芦田等核心产区的茶山车间,走访茶农茶企,发现今年春茶品质提升,价格稳中有升,茶乡茶旅融合又添新意。

□融媒体记者 谢伟端/文 受访者/供图(除署名外)

## 采摘时间提前 品质上新台阶

安溪茶山云雾缭绕,空气中弥漫着清新的茶香。4月29日,在感德镇的一处茶园里,感德品苑负责人吴堃东正蹲在茶垄间,仔细查看茶青长势。他告诉记者,今年因为气候原因,茶树生长周期相应提前。

据安溪县气象局监测数据显示,今年春季气温整体偏高,3月底至4月初,全县降水充足、光照适中、昼夜温差明显,茶树生长周期加快,春茶开采时间较往年提前7至10天。4月上旬,低海拔的乡镇茶园率先开园采摘;4月中旬,全县春茶进入盛采期,祥华、感德、西坪、芦田、大坪等高山核心产区全面开采;4月底,各类春茶已全面上市,采摘周期有序衔接、进度平稳可控。

裕园茶业负责人林扬闻用“先早后宜”来概括今年安溪的气候特点。他介绍,1月至3月,安溪偏旱少雨、气温偏高,茶树发芽偏慢、前期长势偏弱、芽头数量略少。但3月底后,天气明显好转,雨水充足、温度稳定在15℃至25℃,且

昼夜温差大,没有出现严重的“倒春寒”,非常适宜铁观音生长与制作加工。“得益于后期良好的气候条件,茶树快速恢复,芽叶肥壮匀整,为优质茶青打下了坚实基础。”

与往年相比,今年春茶的整体品质提升显著。林扬闻评价道:“今年茶叶整体质量优于去年,稳定性更强,兰花香突出、滋味醇厚、观音韵明显、回甘持久。其中,高档茶、生态茶品质提升尤为突出,低档茶质量也保持稳定,整体品质表现亮眼。”从产量来看,今年安溪铁观音春茶总产量与去年基本持平,未出现明显减产或大幅增产,整体供给稳定。

吴堃东对此深有同感。他告诉记者,安溪茶人坚持科学管护,优化茶树

树势,提升抗逆性,让茶树保持“年轻化”状态,鲜叶质量高,出茶率相应提高,有助于降本增效、提质增产。

据了解,作为全国重点产茶县,安溪茶园总面积稳定在60万亩,其中生态茶园面积达48.6万亩,占比超过80%,绿色发展根基坚实。今年春茶生产坚持“稳量提质”核心原则,据官方测算,全县春茶总产量预计稳定在1.5万吨左右,与往年基本持平,供需关系保持平衡。



## 推进生态管护 带动茶农增收

“好茶不仅是做出来的,也是管出来的。”在制茶车间里,吴堃东一边查看做青细节,一边向记者介绍。采制期间,他每天清晨上山,指导茶农严格按三叶一芯标准采摘;傍晚,鲜叶被送下山,他紧盯晒青、摇青、做青、杀青等全流程,守住铁观音独特的香气与韵味。在他看来,只有茶园基础扎实、工序管控到位,才能做出稳定好茶。

香型铁观音、梅占等品种作为优质原料,市场需求持续增长,带动茶价合理回升。

茶叶品质提升的核心支撑在于生态茶园建设的持续深化。安溪县农业农村局年初部署茶业绿色高质量发展管理工作,明确今年建设3万亩高标准生态茶园、打造1万亩土壤改良示范片的目标任务。全县大力推广“茶-林-草”立体种植模式,在茶园周边种植遮阴树、防风林,茶行间套种豆科绿肥与菊科花卉,构建生态平衡系统,减少化学农药施用,提升茶叶天然品质。

品质的提升直接带动了价格与收益的同步上涨。今年,感德品苑合作的30户茶农,春茶毛茶均价达到每斤120元,扣除采茶、制茶、运输、茶园管理等成本后,户均春茶纯收入达到五六万元,切实实现了稳定增收。吴堃东告诉记者,本次集中采制,感德品苑共收购毛茶8000多斤,全部来自合作的30户茶农。

从全县范围看,今年春茶价格整体呈现小幅上涨态势。对比去年,整体涨幅在8%至10%之间。其中,感德、西坪、祥华等核心产区因品质优势明显,涨幅达15%至20%;中档口粮茶、主流产品涨幅约8%至10%;市场最畅销的低档普通茶价格基本平稳,略有小幅上涨。

各乡镇同步推进生态管护举措。芦田镇作为梅占茶发源地,强化生态茶园标准化管护,茶青品质与价格同步提升;祥华乡70%以上的茶园位于高山区域,依托优越生态环境,打造高品质高山茶核心产区;大坪乡聚焦毛蟹茶的特色,通过生态种植提升“香高、味醇、耐泡”的品种特质。生态赋能下,今年春茶整体品质实现跃升,优质茶比例显著提高,为产业溢价奠定了坚实基础。

林扬闻分析,价格上涨的核心动力源于品质提升与市场需求升级。一方面,生态种植与标准化加工提升了茶叶品质,高端茶市场竞争能力增强;另一方面,新式茶饮产业快速发展,清

香型铁观音、梅占等品种作为优质原料,市场需求持续增长,带动茶价合理回升。



## 拓宽春茶市场 茶旅同步发力

谈及当前市场销售情况,吴堃东表示,今年的春茶市场存在明显的时间差。不少茶商与消费者按以往经验误判了采摘时间,以为安溪铁观音要到5月才开始采摘。因此,采购高峰集中在6日之后才到来。

为了畅通销售渠道,安溪提前布局,强化产销对接服务,引导茶农、茶企与经销商建立稳定合作关系,有效化解市场波动风险。4月14日,全县组织春茶产销专场签约活动,10对产销代表现场签约,总签约量达5800多吨,约占春茶总产量的四分之一,提前锁定了核心市场订单。同时,电商销售渠道持续拓展,安溪茶叶电商销售额占全国四分之一,线上线下融合发力,进一步拓宽了

春茶市场空间。

林扬闻提醒,今年节气偏早,尚未采摘春茶的茶农务必抢抓时间节点及时采摘、制茶,一旦延误,茶青容易老化,将直接影响成品茶品质,难以做出传统优质铁观音。“只有紧扣节气、规范采制,才能守住安溪铁观音独有的香气与韵味。”

今年“五一”假期,不少游客奔着安溪铁观音春茶而来。在誉丰国心茶业旗下的国心绿谷生态茶庄园,一场别开生面的“茶旅+健身”融合体验活动火热开展。来自园区间业态塑身训练营的学员们,放下健身器材,走出训练场馆,走进海拔千米的万亩云端茶园,在青山绿水间体验采茶、制茶全过程,让健身活力

与茶香诗意完美相遇。平日在训练营里挥洒汗水的健身爱好者们俯身茶垄间,亲手采摘鲜嫩的铁观音鲜叶,在劳动中放松心情、亲近自然。采摘结束后,大家来到制茶体验区,在专业制茶师傅的指导下,开启手工制茶之旅,亲手将鲜叶一步步变成一杯香气馥郁的铁观音。据了解,安溪不断推进茶旅融合发展,推出特色体验项目,让更多人在乐享自然的同时,读懂茶乡、爱上茶香。

从茶山到茶杯,从传统到创新,安溪铁观音春茶凭借适宜的气候、稳定的产量、优良的品质与合理的价格,为广大茶商、茶友带来了品质上乘的新品。安溪茶业正以更开放的姿态、更过硬的质量,迎接来自五湖四海的茶人茶友。



## “Z世代”成原叶茶消费新主力

提到喝茶,您脑海中浮现的是否还是老茶客围坐品茗的画面?然而,最新的市场数据正在刷新我们的认知。今年的春茶市场上,一群“Z世代”年轻人成为消费主力军,原叶茶“破圈”生长。

今年的春茶季,市场格局悄然重塑。曾经被视为中老年专属的原叶茶,如今正成为年轻人的“新宠”。数据显示,原叶茶消费群体中,18岁至25岁的年轻用户同比增长超过40%。中国食品产业分析师朱丹蓬表示:“现在的茶叶既有性价比,也有性价比,已经抛弃了以往高毛利的节点或者周期,让整个中国的茶业市场走向更理性、更科学、更合理的消费阶段,也让整个新生代对于原叶茶的喜爱,从认识到认知到认可阶段演变。”

国内市场火热朝天,海外市场同样风生水起。今年春茶季,超过3万个茶类商家通过国内某电商平台向境外销售,销售额环比上涨超过30%。国家电子商务示范城市专家委员会专家李鸣涛分析,跨境电商基础设施的完善,是这一轮出海潮的核心推手。“很多电商平台都在提高海外物流的覆盖范围和配送时效,同时大量的海外仓建设也提升了跨境电商商品的本地化服务能力。甚至国内很多电商平台也开通了面向海外消费者的下单通道,可以实现‘一店卖全球’,这些极大地改善了海外消费者的消费体验和售后服务的保障水平。因此,我们看到大量海外消费者,尤其是华人群体,开始利用电商平台采购春茶,快速形成了春茶面向海外的线上消费市场。”

这种从“高端礼品”向“日常饮品”的转型,正倒逼传统茶企进行产品创新与供应链升级。朱丹蓬表示,目前,从规模化种植,到智能化管理,再到精加工,整个生产链条的闭环已经完成了。对于未来整个茶业市场的规范化、专业化、品牌化、资本化以及规模化的发展提供了坚实基础。

茶叶产业端的升级不仅满足了国内年轻人的味蕾,更成为拉动乡村经济的重要引擎。“在整个消费端的消费思维跟消费行为发生变化之后,不断倒逼整个产业端的创新升级以及迭代。对于拉动乡村经济、拉动就业都有非常好的加持。”

展望未来,中国茶产业如何从单纯的“卖产品”跃升为“卖品牌”“卖文化”?李鸣涛建议:“一方面,要把握好当前的市场机遇,线上线下结合的通路就会越来越完善,它会降低包括茶叶在内的中国特色农产品出海的门槛,可以很好地支撑中国特色的一些产品,加快面向海外市场,实现走出去;另一方面,跨境电商因为直面海外消费者为主,对于建立海外消费品牌可以提供直接的支撑,最重要的是要发力产品和服务,产品一定要适应海外消费者的消费需求,更加重要的是,要注重附加价值的开发以及情绪价值的满足。”(来源:央广网 整理:谢伟端)

