

从标准化生态茶园到制茶工艺科普,再到各式茶衍生食品,安溪茶人以差异化经营破解行业内卷难题——

一叶为基 多维发展

核心提示

当下茶叶市场竞争激烈,不少一线制茶人没有跟风拼价格、拼包装,而是依托自有茶山、专属茶树品种、深耕多年的制茶手艺、跨区域稳定客源,各自开辟差异化赛道。记者走访发现,不同茶人走出同类错位经营路线,多元模式相互补充。

□融媒体记者 谢伟端 文/图



茶人展示绿叶红镶边

深耕源头

绿色护航生态有机好茶

1994年入行的中国制茶大师吴光研经营茶山30余年,逐步搭建起一套覆盖种植、加工到联农带农的运营体系,从源头把控原料品质。茶园选址环节,他只挑海拔600至900米之间的风化石砾红壤地块,这类区域土层疏松、透气性好,矿物含量相对充足,能从根源上规避因土壤板结、积水导致茶树滋生青苔,进而带来青草味、锁喉感等常见缺陷。日常管护方面,他落地了一套自己的“四步法”:分区打理,定期检测土壤酸碱度、因地制宜施加有机粪肥、按需精准施肥,尽可能减少化学农资对茶山及周边溪流的负面影响。身兼政协委员河长,他同步推进山河共治,牵头组建茶农合作社,统一全域种植规范,杜绝肥料、污水直排水系,兼顾茶山与流域生态。

在他的努力下,自有400亩茶园全部取得绿色、有机双重认证;加工环节分为粗制、拼配、精制三段标准化流程,并落地“一茶一码”溯源机制,每批干茶都可追溯至具体的采摘地块、采摘时间与加工班组;经营端采用“茶企+茶农”合作模式,以保底价收购叠加按品质分级加价的定价规则,改变了过去茶农被动低价出售茶青的状况,合作农户年均收入稳定在20万至50万元。

在烘焙环节,吴光研坚持安溪传统温火慢焙工艺,让茶氨酸、茶多糖自然发生美拉德反应,转化出柔和的焦糖香与清甜炒米香,茶水、盖杯、杯底三层留香,区别于市面上部分外地从业者依靠高温重火掩盖原料缺陷的做法。市场布局上,他一方面顺应庄园茶扶持导向,打造自有庄园茶产品对接高端礼赠市场;另一方面对接全国新式茶饮原料供应链。安溪每年向外供应全国五分之一新式茶饮基底茶,市场需求稳定且原料品质标准逐年收紧。依托400亩生态茶园产能,吴光研进入多家头部新式茶饮品牌长期采购名录。与此同时,他专门创办制茶技能大师工作室,无偿向周边茶农传授茶园管护、晒青、摇青、烘焙等全套实操技艺,带动整个片区茶农种植、加工水平同步提升。

除了吴光研,安溪县还有大批茶人深耕同类生态原料赛道。虎邱林亚明整合周边散户茶青统一标准化加工,针对新式茶饮对香气、耐泡度的需求调整初制工艺,2024年带动60多户茶农户均增收近万元,合作社专供新茶饮的净茶常年供不应求。虎邱高建发落地2500亩标准化生态茶园,品控流程对标出口标准,长期供给高端礼品与连锁茶饮品牌。祥华詹玉炎打造600亩有机基地,长为省内外大型茶企供应清香铁观音。这批从业者都绕开了线下门店零售渠道的激烈竞争,以可溯源、标准化的生态原料建立长期合作。西坪崇德茶厂同样走科技化源头路线,车间加装粉尘净化、智能提升设备,物联网实时监控做青温湿度,传统“看天做青”搭配数字化调控,兼顾古法韵味与稳定产能,电商小包装茶叶年销量突破50万盒。

亮出技艺

走好文化传播路径

乌龙茶制作技艺(铁观音)县级非遗传承人、安溪技能大师吴堃东常年钻研整套制茶的底层逻辑。他跳出大批量干茶产销赛道,不拼货源、不靠低价竞争,而是以专业工艺讲解、实操品鉴为核心竞争力,与原料批发路线形成清晰错位。吴堃东在长期实操中总结,一杯优质乌龙茶的品质,由茶园水土管护、做青精细把控、适度文火烘焙三大环节共同决定,三者缺一不可。

在他看来,茶园管护是品质的第一道关口。土壤硬化、树冠修剪失当,容易催生病枝、拖季芽、鸡爪枝,茶园通风和漫射光吸收效率下降,鲜叶营养供给不足、纤维含量偏高,制成干茶后容易出现木质味、青苔味或青草气,茶汤入口干涩锁喉。不少产区因前期茶园管理不到位,鲜叶先天存在缺陷,做青环节又出现闷捂发酵问题,茶汤滋味混杂发闷。部分制茶从业者只能依靠高温重火来掩盖杂味,但高温烘烤产生的焦香并非茶叶本身原生香气,长期饮用有负担。他认为,乌龙茶正确的做青工序讲究循序渐进,晒青、摇青两道工序必须做透。摇青具备双重作用:一是推动鲜叶内部走水,依托酶促反应进行自然微生物发酵转化;二是锁住茶树特有的清雅兰香,留存茶叶鲜爽本味。整套做青层层递进,渐摇渐香、渐香渐韵,风味成型依靠茶山原生多元微生物菌群缓慢催化,这也是乌龙茶汤感鲜活、层次丰富、耐冲泡的关键所在。

业内常说,品鉴优质乌龙茶要读懂“清非青”——褪去鲜叶原有的青涩气息,只留山野独有的清冽鲜甜。细品茶汤能依次感知鲜、香、甘、醇、厚多层风味,杯底长久萦绕类似空谷幽兰的气息。日常与茶客交流时,吴堃东会完整梳理从鲜叶采摘、萎凋、摇青、杀青、揉捻到烘焙的全流程细节,现场演示标准化摇青与冲泡手法,帮助茶客分辨“重火茶”与“好茶”之间的区别。这条经营路线不靠大批量干茶走量盈利,而是通过系统化工序解读和沉浸式品鉴体验,沉淀精准的品茶人群。

据了解,安溪还有其他大量非遗匠人同步深耕

工艺传播

赛道。感德陈德庆打造

“一日茶师”沉浸式体

验项目,带游客上山辨识标准茶青,现场实操晾青、

手工炒青,春秋茶季预约常年满额。中国制茶大师

魏月德打造铁观音文化园与非遗传习所,每年开设

200多期公益制茶课程,累计培训3000余名制茶爱

好者,专注正统古法普及。这批匠人没有大规模

囤货批发,而是以技艺教学、沉浸式体验作为主要

方向,走出了区别于传统卖茶的文化传播路径。



指导参观



等待评审的茶叶



晒青

跨界衍生

开拓节庆礼品新赛道

端午假期刚过,江苏昆山节庆礼盒市场的热度刚刚散去。乌龙茶制作技艺(梅占)县级非遗传承人、安溪银盘山茶厂负责人杨淑真一到昆山,就继续推出了融合自家梅占茶叶的手工肉粽。

今年她一共制作了数千份。即便当地嘉兴粽随处可见,但这款茶香粽还是凭借去油去腥的独特口感,在高度同质化的端午礼品市场里撕开了一道口子。

杨淑真常年往返昆山与安溪两地经营茶叶生意,依托昆山当地浓厚的端午送礼习俗,把安溪银瓶山有机梅占茶与传统肉粽结合,走出了和市面上普通粽子完全不同的路线。她告诉记者,今年回昆山筹备产品的时间偏晚,又恰逢茶园梅占鲜叶采收、茶叶加工双线并行,因此主动压缩了粽子产能,全程坚持手工炒制馅料、手工裹粽,不做流水线批量加工。制作这款茶香粽的核心工艺,是把自家茶园产出的梅占原叶和红烧肉一同慢炖——市面上绝大多数肉粽靠五香粉、十三香等复合香料调味,肥肉久炖后腻口,搭配蛋黄还容易带腥味,她的粽子全程不添加任何人工调味香料,完全依靠梅占茶叶自身的香气来调和馅料。烹煮过后,茶叶本身变得脆嫩爽口,不少顾客初次食用时会误以为馅料里加了海苔,细品才能分辨出是安溪梅占原叶。茶叶内含物质能够分解肉类油脂、中和蛋黄腥气,正好契合当下消费者对清淡、健康饮食的需求。

支撑这款茶粽竞争力的核心,来自杨淑真位于安溪芦田镇三洋村银瓶山的茶园。这片区域是梅占茶树的核心发源地,茶园已取得绿色、有机双重认证,这也是她区别于市面上普通粽子产品的根本所在。杨淑真平时经营茶叶生意,每到端午前后,茶叶与粽子两项工作同步推进。今年做了梅占肉粽后,不少多年未联系的老客户主动

找上门下单,有老客户告诉她,只要平时吃粽子,就能明显吃出这款茶粽的独特风味,复购意愿很强。

实际上,这款茶香粽的雏形距今已有十余年。最初只是杨淑真自家解馋的吃法,邀请对方试吃。对方便逢会包粽的姑姑到访,两人便搭配着自制闽南烧肉粽。一次,一位常年饮用乌龙茶的老客户,起初觉得糯米厚重、肥肉油腻,不愿品尝,杨淑真拿出老家带来的红烧肉,提出用梅占茶搭配肉粽的吃法,邀请对方试吃。对方品尝后十分认可,当即建议她做成礼盒对外试试。推向市场第一年,她手工包了8000枚粽子,其中4000枚全部用于线下免费试吃推广,独特的茶香解腻口感迅速积累了一批种子客户。第二年开始,零散零售客户和企业采购订单持续增多。早年市场需求旺盛时,她经常通宵赶工,一年粽子产量最高能达到10万枚。随着茶叶主业稳步发展,如今她不再追求大批量出货,只维持小批量手工制作,把更多精力放在品质把控上。日常经营中,茶叶与粽子两项业务互相带动:梅占茶叶作为粽子原料降低了食品加工成本,粽子礼盒作为特色礼品反过来也增加了银瓶山有机梅占茶叶的曝光,两条业务线形成互补,拓宽了整体营收渠道。

据了解,安溪大批茶人同步探索“茶+食品”“茶+日用”的跨界路线。芦田林艺芳深耕梅占深加工,搭配本地笋干、咸肉开发梅占茶酥、茶糕等便携伴手礼。云岭茶庄园打造整套茶宴,推出茶梗糖心蛋、茶叶面、御茶酥等多款茶制美食。龙涓茶农将铁观音融入手工大饼、果酒,组合成旅游礼盒。茶里功夫企业利用茶梗、碎茶研发环保吸管、文创茶具,实现茶叶边角料再利用。还有多家加工厂依托生物萃取技术制作茶粉、即饮茶膏,面向年轻消费群体的日常冲泡和调饮需求。

闽南茶香粽

咸蛋黄
大香糯
梅占乌龙茶
花生
土猪五花肉
香菇

▲粽子中加入梅占茶,解腻解腥。

打包好的茶香粽子,准备出售。



技能大师在指导农民管理茶园