

海上丝绸之路的中国符号



随着“闽茶海丝行”东南亚行的正式启动，由泉州市人民政府、海峡两岸茶业交流协会、中国晚报协会等主办的第七届中国茶博会奏响了“海丝”茶路交响曲。聚焦“一带一路”，聚焦中国茶全产业链发展最新成果，聚焦全球茶产业发展前沿，给予我们很多启示。



采茶

一片茶叶在海上漂泊千年

第七届中国茶博会开幕式上，安溪“海丝音韵·南洋茶缘”闽茶海丝行东南亚站活动正式启动。安溪以茶为媒，再下南洋，并为此设立以“海丝”沿线国家为参展主力的“海丝”主题展区，举办多场推介会、洽谈会、品茗会、订货会。

值得一提的是，展会设立了以海丝沿线国家为参展主力的“海丝”主题展区，印度、巴基斯坦、越南等国家的企业参展，以龙头企业为主体，举办多场推介会、洽谈会、品茗会、订货会，提升与“海丝”沿线国家人员往来、产品贸易、文化交流、联办活动的深度和广度；挖掘、整理、创作并推出一批反映安溪“海丝”茶缘、茶史、茶情的文化产品，奏响“海丝”茶路交响曲，拓展茶叶国际市场空间。

安溪茶自古就是“海上丝绸之路”的中国符号。早在宋元时期，随着泉州港的兴起，安溪茶叶就作为一种重要商品通过“海上丝绸之路”走向世界，遍及现今的东南亚、西非、北非等58个国家和地区。20世纪30年代，安溪人在东南亚开设的茶号达100多家。近年来，通过融入“一带一路”愿景，安溪与“海丝”沿线产茶国家的人员往来、产品互销、文化交流、活动联办等深度和广度日渐提升，致力构筑国际市场“茶香通道”。2010年以来，安溪茶企成功抱团登陆欧美茶叶高端市场，泉州友城法国埃罗省与安溪的“茶酒对话”传为美谈；2012年3月，安溪铁观音同业公会旗下的5家品牌茶企——八马、华祥苑、中闽魏氏、坪山、三和，组成“第一集团军”，在法国巴黎开设安溪铁观音欧洲市场营销中心……目前，安溪铁观音年出口量达1.6万吨，已成为中国茶的一张“世界名片”。

一次转型绽放文化魅力

体验营销是最好的商业模式。近年来，为推动茶业转型升级、二次腾飞，安溪以“茶庄园+”为开发模式，拓展茶庄园“+宗教朝圣”“+运动休闲”“+文化创意”“+农家体验”等，打造“印象铁观音”、“茶香人家”等一批有安溪特色、能留住客人、有经济效益的茶旅精品项目，推动茶旅互动共荣。

借鉴葡萄酒庄园高位起步，如今，已有几十个大大小小的茶庄园，落户安溪各大茶叶主产区。其中，按高标准建设的就达到近20家。茶庄园建设水平、发展数量位居福建省前列。安溪的这些茶庄园都是集生产加工、品牌营销、文化传播、研发创新、旅游观光、休闲体验为一体的高标准茶业综合体。

近年来，安溪县不断挖掘丰富的旅游资源，突出茶文化，打造旅游精品，建设提升中国茶博汇、铁观音发源地、茶叶大观园等茶旅游景点，铁观音茶庄园、茶家乐体验游等正在兴起，安溪茶文化旅游名列全国三大茶文化黄金旅游线路之一，先后获得“中国最具特色魅力旅游名县”、“中国青年喜爱的海西旅游目的地”、“中国生态旅游大县”等荣誉。此次茶博会，更是融入了丰富多彩的茶文化内涵和旅游风景线，促进茶旅结合、融合发展，丰富茶博会内容，提升茶博会规模层次和实效，促进旅游资源开发和配套完善，创新茶文化旅游线路和产品，拓展旅游客源市场，打响“山水福地、茶韵安溪”旅游品牌。

两场台风后缘何市场回暖

茶博会期间，正是秋茶上市之时。安溪县携手苏宁、京东，举办“安溪铁观音·苏宁



秋茶节”系列活动，安溪铁观音知名茶企在苏宁易购及苏宁实体平台上开启为期5天的联合营销活动，并在苏宁易购总部举办安溪铁观音品鉴推介会。同时，安溪县还与苏宁云商集团股份有限公司签订战略合作协议，促进茶业电子商务规范化、品牌化、集群化发展。此外，茶博会期间，安溪县还将与福建农林大学安溪茶学院进行深层次的校地共建合作，举办安溪茶学院2017届毕业生供需见面会，组织超过百家企事业单位参加，提供千个就业岗位，促进茶学院人才培养、科研成果与产业发展无缝对接。

在安溪，进入秋茶产销以来，接连受“莫兰蒂”、“鲇鱼”台风天气的影响，茶叶生产销售的环境和条件所受影响较大。产量方面，秋茶盛产较去年延后3~5天，温湿度过高等

条件不利于茶叶的质量，茶叶产量同比减产幅度约为20%；销售方面，根据中国茶都毛茶交易市场电子交易结算系统实时数据统计，9月20日~10月7日期间，秋茶交易量同比增长12.8%，交易额同比增长16.9%，均价同比增长3.6%。单就茶都毛茶交易大厅的销售数据来看，秋茶销售量价齐升，市场有“逆生长”的迹象。

今年安溪铁观音秋茶在国内各销区销售情况较去年同期相比有“回暖”迹象。9月30日，龙涓乡内灶合作社一批总重6.3吨的安溪铁观音出口到香港，开创全省茶农“茶叶出口自主权”首例；10月底，三和茶产品将进入意大利的首批50家超市试点零售。安溪铁观音秋茶将借此提高出口数量，进一步抢占国际市场。

（本报记者）



生态茶庄