



特早茶是我市最具特色的优势农产品之一——

重庆春茶如何争“鲜”

2月26日,大足区古龙镇巴岳山中段的茶园里,采茶工正在采摘春茶。新渝报记者 瞿波 蒋世勇 摄



北碚区缙云山甜茶种植基地,孩子们在体验制茶。(重庆日报资料图) 重庆日报特约摄影 秦廷富

□ 重庆日报记者 菜园园

阳春三月,茶树上的嫩叶渐次冒出枝头,又到一年采茶季。

从永川、巴南、荣昌等低海拔茶区到万州、秀山等高海拔茶区,积蓄一冬的新芽次第舒展。这第一轮采摘的特早茶,早已令爱茶之人口齿生津,争相尝鲜。

特别是此时至清明节前,处于萌发初期的茶叶,芽叶细嫩、色翠香幽,风味最佳,同时又因产量有限,故而身价倍增,因此又有“明前茶,贵如金”之说。

茶叶是我市深入实施千亿级优势特色产业培育行动,着力打造“3+6+X”农业产业集群之一,其中特早茶又是我市最具特色的优势农产品之一。

如何做足、放大重庆春茶“鲜”的优势,提升产业附加值?各茶业生产基地、茶企和科研院所纷纷“出招”!

依靠智慧监测系统 让采摘的茶叶更鲜嫩

春茶的“鲜”从何处来?

“这个主要跟茶叶里的氨基酸、茶多酚含量有关,也就是酚氨比。”市茶产业技术体系茶园绿色高效栽培功能研究室主任杨海滨说,一般而言,茶叶氨基酸含量高、茶多酚含量低,泡出的茶就会清香爽口,没有涩味。

在正常生产中,氨基酸含量达到4%以上,就已经非常高了,此时茶多酚的含量就非常关键,若这个指标也高,口感也不会好。

春季,气候变化较大,氨基酸、茶多酚的含量变化也非常快。“茶叶早采一天或晚采一天,可能就大不相同了。”杨海滨说,但由于春茶价高,往往茶园在茶树一芽一叶萌发比例达到5%就会开始采摘。

所以,近年来,杨海滨团队致力于茶叶智慧化生产加工技术的研究与应用,在茶园构建了“天空地”全方位的监测体系。

杨海滨团队位于永川区茶山竹海的科研基地是全市首个智慧茶园,茶树间安装了多个白色的茶树生长数据监测仪,可以收集周边200亩范围内的环境数据及茶树生长指标。

“看,我手里这是一个手持高光光谱检测仪,可以根据监测仪反馈数据,针对性地做单棵茶树的指标检测。最近,我们又做了无人机巡检系统,可以实现茶园智慧检测全覆盖。”杨海滨一边演示一边说,有了这套系统,就可以用科学数据支撑茶园管理,提升茶叶品质。

如今,这套技术已在永川、万州、秀山等多个茶区推广运用。万州江南茶厂负责人万小红说,通过智慧茶园打造,依据监测数据,茶园实现精准管理和产品精准分级,产品品质明显提升,近两年公司的“玉毫秀芽”“三峡红茶”等产品在各大茶叶评比中获得金奖,“以前一年最多评得上一两个奖,这两年奖项几乎翻倍。”



永川区永荣镇白云寺村,茶农正在进行采茶比赛。(重庆日报资料图)重庆日报记者 龙帆 摄

融合乡村旅游 拓展新的消费场景

而要让抢先上市的“鲜”茶卖得更好,就有必要拓展新的消费场景。

最近,随着春季出游需求旺盛,在巴南区定心茶园,自3月1日开园以来,周末节假日高峰期每天接待游客一两千人,平时也有一两百人。游客们在茶园采茶、体验手工制茶,亲手为自己做出最新鲜的茶叶。

做茶旅融合,定心茶园在全市不是最早的,一开始也并不是有意为之。

“2014年,我们‘巴南银针’的老顾客提出了采茶需求,希望能够找个地方踏青。”重庆茶业集团总经理张璐说,她们就顺应客户需求,在定心茶园开辟了一小块区域,专门接待这些客人。

没想到,前来体验采茶、制茶的游客越来越多,张璐捕捉到了来自市场“信号”——亲子游需求旺盛,中国传统文化受追捧。

经在国外考察葡萄酒酒庄运营模式后,2015年,定心茶园正式推出了茶旅融合项目。

“我们完全走市场化运营的道路,在增强游客体验后的顾客,90%都会产生购买,复购率也达到50%以上,“所以从‘大账’来算,茶旅对茶叶消费具有很强的带动力,就我们公司而言,为销售带来了10%的提升。”

张璐介绍,根据公司后台数据显示,在茶园体验后的顾客,90%都会产生购买,复购率也达到50%以上,“所以从‘大账’来算,茶旅对茶叶消费具有很强的带动力,就我们公司而言,为销售带来了10%的提升。”

目前,我市产茶区县乃至茶园几乎都推出了自己的茶旅线路,比如永川的茶山竹海、铜梁的安溪茶园、武隆的天尺坪茶园、万州区的凤凰茶乡等,它们通过拓展新的消费场景,助力地产茶的发展。

保鲜技术加持 一年四季都可以喝“鲜”茶

在消费端,茶叶如何更长久的保“鲜”也至关

重要。毕竟春茶生产是季节性的,消费行为却不间断。

“作为企业来讲,我们肯定是尽可能拉长销售周期,才能盈利。”重庆云岭茶业科技有限责任公司技术负责人鲁礼勋说,所以,近年来,公司在为茶叶保鲜方面做了很多努力。

云岭茶业科技有限责任公司主要生产名优绿茶永川秀芽,对于茶叶产品有“三绿”要求,即干茶外形绿、泡后杯底绿、泡出的茶汤绿。

“茶叶对温度、湿度、光照等外部环境都十分敏感,控制不好就容易变质,导致风味下降。”鲁礼勋说,这其中有两个生产环节十分重要:杀青和保存。

高温杀青是为了快速去除茶叶的水分,保持茶叶的鲜绿。鲁礼勋说,以前高温杀青技术不成熟,导致茶叶杀不透,如今公司形成了“蒸汽杀青+微波杀青”的技术,“高温加热风,能够充分将茶叶中酶的活性杀死,提升茶叶外观品质。”

保存方面主要是通过冷藏,公司为此建了一个600多立方米的冻库。近期,正值春茶生产季节,一批批茶叶从生产线下线后,便被送到冻库中保存,待销售时再拿出。

“茶叶保存就是要隔绝空气,避温、避光,我们都是用的铝箔袋来装,这种材质不透气,且相比塑料包装它本身没有气味,也不会影响茶叶风味。”鲁礼勋边说边打开一袋去年生产的茶叶,溢出的仍是一股新茶的清香。

鲁礼勋说,冻库可将茶叶的温度控制在5℃以下,将加工好的茶叶抽真空包装后放入,可保证1年半内品质保持在鲜茶的90%左右。

“我们好多顾客都反馈,说我们的茶叶不管任何时候买来喝,风味都没有太大差异。”鲁礼勋表示,通过一系列“锁鲜”技术,云岭牌永川秀芽实现了周年销售,公司年收购原料10余万斤,制作名优茶三四万斤。



茶农展示采摘的鲜叶。重庆日报记者 刘力 摄

对话

对话苗品记创始人苗伟:

今天,我们该开怎样的茶馆

□ 重庆日报记者 菜园园

不同于其他茶馆多坐落在僻静之地,重庆的连锁茶馆苗品记往往出现在商圈等人流量大的醒目位置,茶馆内也是别具一格的新中式风格,目标直指都市消费人群。

作为连锁茶馆品牌,苗品记现已在重庆开设茶馆42家,此外还有6家分布在贵州、四川、宁夏、安徽、河南、西藏。

近日,记者就如何培育茶馆品牌带动茶业发展这个话题,与苗品记创始人苗伟进行了对话。

茶馆为什么开在了商圈?

记者:你为什么会选择开茶馆?

苗伟:其实我们做茶叶的人大都有一个梦想,就是办一家茶馆,能够直接将产品销售给消费者,让他们当场感受到茶的品质、味道和文化。单纯卖茶叶,你是接收不到这样的反馈的。

其次,开茶馆其实也是做一个空间,我可以和朋友在这里聊天、聚会,算是我自己的一点私人。

记者:在大家印象中,茶馆都是开在社区、街边,你从一开始就把茶馆就开在了商圈,是出于什么样的考虑?

苗伟:一开始是偶然。2010年我决定开个茶馆,重庆天地又在招商,他们对于店铺要求很高,我就专门找了设计团队来设计,没想到做起来后效果还不错。

选择开在商圈里确实是个创新,我觉得也是因为那时候我很年轻,是在用一种新的思维看待这件事。

记者:确实,苗品记跟现在的大部分茶馆都不大一样,其他茶馆要么在茶艺上很讲究,要么以棋牌娱乐为主。

苗伟:对,很多茶馆呈现出来的茶文化非常厚重,往往还有茶艺师来泡茶表演,但一些年轻人不懂泡茶,他们是接受不了的。所以,我们的茶馆就是要改变这一点,运用了快客杯这样的茶具,让顾客可以一边聊天一边自己动手,既方便谈话,又增强了喝茶的体验感,所以第一家店成功后,我就继续复制了这一模式。

茶馆需要营造一个什么样的空间?

记者:刚才有提到做茶馆也是在做空间,对你来说茶馆个什么空间?

苗伟:就是大家洽谈、聊天、歇脚的空间。生活中这种需求很多,但往往提供这样空间的都是咖啡店、奶茶店,也包括酒店大堂。可其实,很多人坐下来的时候不想喝咖啡或奶茶,所以茶馆就提供了另外一种选择。

记者:那为什么苗品记好像总开在星巴克附近?

苗伟:因为星巴克比较出名,他的选址都是交通便利的地方,相当于一个地标建筑,非常容易找到。

我们在经营上也有借鉴星巴克,但同时



3月12日,江北区悦荟购物中心苗品记四禧茶馆,市民正在茶馆品茶。重庆日报记者 龙帆 摄

也根据顾客反馈做了一些改变,比如大家对于私密度的要求等,逐渐形成了现在的现代都市茶馆风格,偏商务一些。

记者:除了商圈,这几年苗品记好像也开了一些比较有特色的店,比如佛图关网红轻轨茶馆。

苗伟:对,这其实也是做空间,提供一些差异化的场景,满足更多顾客的需求。重庆现在是热门旅游目的地,也有很多著名打卡景点,我们就相继开了佛图关网红轻轨茶馆、磁器口文化名人茶馆、南滨路开埠文化茶馆等等极具地域特色、风格迥异的茶馆,很受年轻人喜欢。

此外,我们还根据茶客喜好,开了潮州工夫茶馆、普洱茶馆等,对市场做了进一步细分。

做茶馆也要学会拥抱未来

记者:你怎样看待茶馆在整个茶产业链条上的作用?

苗伟:茶馆其实不单单是个喝茶的地方,其实它也是茶文化的传播空间,比如我们茶馆摆放的很多跟茶相关的器具、书画等。我们还会不定期举办茶友交流活动,分享茶文化、茶知识,让他们从不懂茶变得懂茶,从不会泡茶变得会泡茶。这些新培育的爱茶人势必会带动茶叶消费。

以苗品记为例,我们主打永川秀芽,每年带动销售永川秀芽近4万斤,销售额2000万元左右。

记者:最近,苗品记开了一个名叫四禧茶馆的新品牌,有一些非常年轻化的调整,这是出于什么样的考虑?

苗伟:年轻人现在是在消费的主力军,而且随着国潮崛起,他们对茶文化的接受度、认同度是非常高的,比如年轻人特别爱喝的奶茶,其实就是茶饮。我们也要积极拥抱这种变化,所以开了四禧茶馆,在纯茶产品外,增加了奶茶、茶咖、花茶等茶饮。

记者:你怎么看待茶馆这个业态未来的发展?

苗伟:这几年人工智能大火,未来虚拟数字世界对人的影响将越来越大,茶馆更有其独特的人文价值。线上的联系,永远比不上大家坐下来面对面地交流。所以,茶馆要提供一个舒适的交流空间,做一些“倒退”的服务,比如用人工点单取代线上点单等,把互动和服务做到极致,强化茶馆这个空间给人带来的温度。