

信阳秋茶如何“破圈”

核心提示

茶产业是“绿水青山就是金山银山”理念的生动实践，是三产融合发展的“金钥匙”，更是群众增收致富的“金叶子”。信阳毛尖作为河南茶的杰出代表，具有非常高的知名度和品牌价值，因此，加强秋茶开发，延长信阳毛尖的产业链，实现产业规模和产值的突破，意义重大。本报记者通过深入采访，探讨信阳秋茶的“破圈”之路，以期为我省茶产业的发展提供借鉴。

金秋时节，地处淮河上游、大别山北麓的信阳风景如画，连片茶山青翠欲滴，仿佛把时光定格在了春天里。

相较于四月采春茶的“喧嚣”，秋季的茶山略显安静，依稀可见几个采茶人的身影。

缘何出现这种冰火两重天的景象？秋茶品质如何？秋茶的“破圈”之路在何方？记者走进信阳一探究竟。

◆◆◆ 现象：秋茶价低量少 ◆◆◆

“一天也就采两三斤青叶。”在浉河区浉河港镇黄庙村，茶农陈亮山在自家茶山上采茶，谈起采秋茶，他坦言，“信阳毛尖采摘主要在春季，秋茶价格低，所以一般都不雇人，自己多少采点。”

沿着环南湾湖公路，记者行驶了大约 10 公里，结果发现，正如陈亮山所言，采秋茶的茶农人数一只手就可以数得过来。

浉河港镇龙潭村有茶园 2.5 万余亩（1 亩 = 667 m²），占全镇茶园面积的 12.5%。龙潭村村委会负责人直摇头：“费工费时又卖不上好价钱，大量秋茶被白白浪费，非常可惜。”

“秋茶青叶每斤收购价 40 多元，与春茶青叶动辄每斤 100 多元（1 斤 = 0.5 kg）相比，价格差距较大。”陈亮山告诉记者，“市场冷、价格低，茶农采秋茶的积极性不高。”

在浉河港镇龙潭村豫龙春茶叶专业合作社内，负责人曾祥永总是泡几杯不同等级的信阳茶放在茶桌上，供往来客商挑选。10 月 4 日，曾祥永茶桌上冲泡的是两杯秋茶，茶叶条形较长。

“夏秋季节，温度高，茶叶生长快，所以秋茶以叶茶为主。”曾祥永说，“像我们这样走批发价，一斤秋茶也就卖 300 多元。如果茶农自产自销价格会更低，所以收青叶炒秋茶的公司并不多。”

◆◆◆ 缘由：传统思维影响 ◆◆◆

秋茶市场遇冷，是因为品质不高吗？

秋茶并非茶中下品，且不说饮白露茶的时尚，历史上爱秋茶的记载也不少。唐朝诗人许浑就有诗句“秋茶垂露细，寒菊带霜甘”。

秋茶品质不差，为何市场认可度不高？

信阳市茶文化协会总顾问宋效忠认为，主要受市场影响，人们对春茶的推崇，客观上弱化了对秋茶的关注和认知。

在宋效忠看来，信阳毛尖并不是芽头越小口感越好，反而是“一芽一叶”具有更丰富的营养价值。

在第31届信阳茶文化节上，信阳市主要领导提出“一芽一叶”总关情，倡导回归信阳毛尖茶传统，得到茶人、茶农、茶企的积极响应。

在今年信阳毛尖茶开采式上，信阳市茶产业协会会长刘文新发出倡议：传承好信阳毛尖传统手工制作技艺，倡导“一芽一叶、一芽二叶”茶生产，逐步扭转市场盲目追求“芽小”“采早”和“小浑淡”的误区，引导市场消费。

其实，记者在采访中发现，信阳当地一些老茶客习惯喝秋茶，喝得比较多的是叶茶，当地俗称“口粮茶”，外形虽没有特级毛尖好看，但口感并不差，价格更亲民。

在全面推进乡村振兴的大背景下，如何让信阳茶这片神奇的“金叶子”迸发出新的活力成为必答题。省人大常委会原副主任、河南省茶文化研究会会长李文慧表示，信阳毛尖作为山区群众增收致富的“金叶子”，被评为“中国十大名茶”，连续14年位列中国十大茶叶区域公用品牌前三名，品牌价值达到79.84亿元。“对于信阳毛尖来说，只采一季春茶委实可惜，虽然春茶品质好，但是产量少，价格相对比较高。加大秋茶的采摘和生产，一定程度上能延长信阳茶叶的产业链，也能助农增收、增加就业岗位。”李文慧说。

那么，采秋茶影响春茶产量吗？信阳毛尖绿茶制作技艺国家级非遗传承人周祖宏认为，“秋茶只要不过度采，不但不影响春茶产量，反而能成为信阳毛尖一个大的补充。”

◆◆◆ 破题：敢想敢试敢为 ◆◆◆

中秋国庆假期，周肖同茗茶坊迎来不少游客购茶，主人肖兴亮忙得团团转，“今年红茶卖得明显快了，我们要逐步加大红茶比重”。

中国茶叶流通协会副秘书长、信阳市浉河区茶叶协会会长张广成表示，浉河区是“信阳毛尖”和“信阳红”的主产区，信阳红茶品质不输于一些知名红茶，近几年政府也进行了大量推介工作，红茶产量、销量逐年提升。

记者在采访中了解到，目前信阳毛尖产量占总产量的70%以上，红茶、白茶、青茶等“小荷才露尖尖角”，茶产业链条延伸不够，高附加值产品少，秋茶资源综合开发与深度利用不足。

可喜的是，一批茶人的不懈探索正成为信阳秋茶“破

圈”之路上的点点星光。

在黄庙生态茶厂，一摞摞筛子上摆满了青叶，这个阶段叫“陈化”。信阳白茶创始人周开启做白茶已有11个年头，“信阳白茶在福鼎白茶基础上做了改良和创新，在福建市场非常受欢迎。”周开启说，自己种的“华茶一号”非常适合做白茶，除了每年春季做少量毛尖外，其余都做了白茶。

在浉河区董家河镇陈湾村一处相对封闭的山谷，有300多亩茶园，这里是张超的“试验田”。他研制的“牡丹王”一斤卖到近4000元，供不应求。如今，他又开始试制岩茶。

除了用秋茶做红茶、白茶外，信阳小林茶叶有限公司负责人林杰芳早在6年前已开始生产青茶，并在2017年全省名优茶评比中，被认定为省级新产品。他认为，之所以跳不出“只采春茶”的怪圈，归根结底还是思想不解放，不敢闯、不敢试。

目前，我国有21个产茶省（区、市），其中17个产区已走出多元化路径，比如福建省，目前就有乌龙茶、红茶、白茶等5个种类，茶叶的多样性为福建茶叶经济发展提供了强大支撑。信阳市茶产业发展中心主任邱常认为，如今消费群体正在悄然发生变化，随着年轻群体喜好变化、电商物流等多种因素叠加，信阳茶必须跳出传统思维，跨界融合。

前不久，浉河区福隆茶厂和福州市帮利茶业有限责任公司牵手，签下1000吨夏秋茶合作协议，“下一步我们将招引国内一流茶饮企业，开发新式茶饮，开发‘潮牌’‘潮品’，吸引年轻群体，扩大消费市场。”张广成信心满满。

在跨界融合上，信阳近几年也有探索。该市倡导茶旅融合，开发“茶旅+民宿”“茶旅+研学”等茶旅融合新业态，积极打造百家茶庄园，让一二三产融合发展。

记者采访大量茶人，发现大家有一个共同认知：在持续提升毛尖品质、稳住基本盘的基础上，做大“秋茶多品类”这个增量，呈现百花齐放的局面，信阳茶才能进一步做大做强。

李文慧认为，做好茶文化、茶产业、茶科技“三茶”统筹这篇大文章，让信阳秋茶形成市场影响力是关键，一方面，要加强茶科技成果转化，科学养护茶树，提高制作工艺，提升茶叶品质；另一方面，要强化品牌意识，不断优化营销，引导市场认知，把信阳秋茶知名度打出去。

（来源：河南日报）