

兴一方茶业 富一方百姓

(上接6版)

自然馈赠的是其它地方无法复制的,谓之得天独厚。

强劲的服务扶持。县委、县政府适时地确定发展战略,作出重大决策,加强硬件投入,创造发展环境。尤其是充分发挥政策的杠杆与导向作用,从2000年出台《关于加快茶园良种化建设的通知》开始,先后出台了六轮茶叶产业政策,产业扶持资金从最初的每年100万元增加到目前的每年600万元,扶持的项目从最初的茶园良种化改造、茶叶面积扩展到品牌建设、市场建设与开拓、质量管理、规模经营、标准化建设、新茶类开发等茶叶产业发展的各个领域和环节。相关部门各司其职,乡镇街道各尽其责,在创新经营模式,增进组织化程度,推进统防统治,设立茶园农药专柜,规范茶园用药,降低茶农的农药、化肥支出,在提高茶叶质量和安全等方面加强指导,重视服务,创造条件,提供方便。这些措施和政策,极大地调动了茶农、茶商的积极性,有力地推进了茶叶产业的快速发展。

届届有好政策,年年有新举措,这是茶人们的一致反映。

敬业的茶人队伍。我县有一大批茶人在为茶叶产业的发展出智出力,辛勤耕耘。程兆敏、凌光汉、孙利育等一批茶叶专家,毕生的精力都倾注在茶业的发展上;石梦千集茶农、茶商、茶叶专家于一身,终身结缘茶园,研究茶叶,奉献茶业,功不可没。林金仁带领村民,咬住以茶富农目标不放松,使外婆坑村成为远近闻名的脱贫致富村。丁新桂在广州,赵中槐在北京各成为销售“大佛龙井”的大户,以“南丁北赵”为代表的一大批茶商走南闯北,把“大佛龙井”专卖店开到了全国各地。回山镇西岭村赵品球为了安顶山这个茶场,镜岭镇安山村周财源为了山雪岗这片茶园,将肥料挑上山,把茶叶挑下山,不怕孤独,与茶为伴,执着地坚守大山几十年,这就是茶农辛勤劳作的缩影;俞晓刚长期坚持生产砖茶,供应新疆、西藏、内蒙等少数民族地区,社会效应在放大;历届茶王赛夺魁者,标杆作用明显;还有第一个炒制龙井茶,第一家开办茶叶市场……一个又一个的第一,意味着一次次的突破,一次次的跨越。

敬业的茶人队伍支撑着茶业的兴旺。

成熟的产业体系。全县形成了绿茶以“大佛龙井”、红茶以“天姥红”为主打品牌,其它品牌众星捧月的母子品牌体系;以中国茶市为龙头,其它茶叶市场优势互补,有形市场和无形市场融为一体,全国各地销售网点为窗口的市场体系;以成品茶为主业,茶苗、茶花、茶籽、茶末加工,茶机、保鲜,包装、运输等为副的产业链体系;以农业、工商、质检等主管部门检测、监督为主体,乡镇、街道等相关部门齐抓共管的质量监督体系;以“大佛龙井”为引领的龙井茶,“望海云雾”为特色的勾青,“天姥红”为代表的红茶及传统珠茶并存的多茶类体系;以炒茶机为主,中耕机为辅,其它茶叶机械相互配套的茶叶机械体系;以每年的茶叶大会为宣传推介的主要平台,其它各种宣传推介手段各显神通的宣传营销体系;以茶佛结缘的文化为主流,茶诗文化为亮色,民间茶文化为根基,赏茶、品茶、茶道、茶艺表演等丰富多彩的休

闲旅游文化为特色的茶文化体系。

成熟的茶叶产业体系是实践磨砺,智慧凝聚而形成的,它蕴藏着发展的潜能和后劲。

深厚的文化底蕴。茶佛结缘。高僧支遁,晚年在石城山建立了栖光寺。松林月夜,他常邀友煎茶品茗,畅谈佛理,成为“佛茶”史上佳话;大佛寺开山祖师昙光,坐禅苦修,以茶证菩提,终成正果;智者大师,“尝以茶供佛,参透茶禅一味”,誉称茶为“佛天雨露,帝苑仙浆”。诗茶为伴。茶与诗同土而栽,同根而生。新昌是唐诗之路的精华地段,唐朝的李白、杜甫、白居易、元稹、温庭筠等著名诗人多数到过新昌,留下了脍炙人口的茶诗。李白在《淮海对雪赠孟浩然》诗中,对刺茶有“瑶草生阶墀,玉尘散庭阙”的描写;杜甫《重过何氏》中“落日平台上,春风啜茗时”的诗句,表达了得意时喝茶的心态。白居易的“尽日一餐茶两碗”,“不可一日无此君”,足见爱茶似命。元稹《一至七言诗》:“茶,香叶、嫩芽。慕诗客,爱僧家。碾雕白玉,罗织红纱。铤煎黄金色,碗转曲尘花。夜后邀陪明月,晨前命对朝霞。洗尽古今人未倦,将如醉前岂堪夸”为茶诗典范;温庭筠《宿一精舍》诗中“茶炉天姥客,棋席剡溪僧”更是将茶叶与僧佛融为一体……茶与文人为友。“茶圣”陆羽多次入剡,采茶觅泉,评茶品水,以茶为友,品茶吟诗;朱熹也是一位茶人,曾四次来新昌,他认为“……苦者,吃过却甘”。苦尽甘来,即是对茶的诠释。当代“茶圣”吴觉农,1936年、1961年两次到新昌考察指导茶叶。《采茶舞曲》作家周大风,早年任新昌中学音乐老师,经常深入农村,体验茶农生活,为此曲创作奠定了基础。茶文化节还在民间持续地传承,广泛地扩散,不断地丰富。

有产业的文化,雅俗共赏;有文化的产业,内慧外秀。

问题凸现:

产业分散,运作传统。我县茶叶产业的体系比较成熟,可是茶叶产业现代化的生产、经营体系尚不完善,低、小、散的生产、经营模式尚未突破,生产、经营体制的基本格局没有得到根本改变,一家一户种茶、制茶、卖茶仍是主流,有业内人士称之为“砂粒化状态”。因分散生产、经营,对茶叶产量的增长、品质的提升、安全的保障、品牌的创建、市场的拓展、品种的优化,效益的增加等,都带来了一系列的问题。新政发〔2010〕28号、〔2011〕19号文件分别提出:在“十二五”期间建成10个核心基地面积500亩以上、辐射带动3000亩以上的现代茶叶园区。从进展情况看,存在差距。虽然也有一批茶业企业、合作社、茶场,但多数规模不大,带动力欠强,龙头作用发挥欠明显。对具有示范价值的先进典型总结、宣传、推广力度不够。

传统的生产、经营模式与现代化生产、经营体系已不相适应,严重制约了茶叶产业的可持续、跨越式发展。

产量下降,效益不高。2009年,全县茶叶面积11.65万亩,产量5700吨,之后,面积在上升,产量却下降。2013年,面积达12万亩,产量4490吨。2014年春茶减产7.6%。中国茶市2014年2月份至5月22日,交易额与交易量分别下降17.31%与15.44%。除了遇到倒春寒、夏季高温干旱等灾害性天气影响造成减产外,主要原因是:分散经营,管理粗放,多数茶

园不中耕,土地结成板块,而技术辅导跟不上。全县仅儒岙、城南、双彩、羽林少数乡镇、街道还有茶科员,且这些茶科员也是以兼职为主。茶园道路、水渠、喷滴灌等基础设施配套难,茶叶基本处于“靠天收”状态。生产成本增加。劳动力价格每年轮番上涨,今年春茶采摘期间,雇佣一个妇女劳动力,一般是包吃包住120元一天,还很难雇到。如果干茶低于150元一斤,雇人采摘茶农无利可图,宁愿让茶叶疯长。一台全自动茶机扣除政府补贴,茶农自己掏钱5000元左右,使用三年后多数需要更换,对于茶叶总量不多的家庭而言,其支出占比不低,加之肥料农药投入,炒制电费等,茶叶获利的空间在缩小。茶农感叹:养猪的不如卖肉的。为此,茶叶荒芜面积增加,砍茶、毁茶改种花木、水果、蔬菜的现象已经出现。由于劳动力等诸多原因,一些地方采摘了春茶就让它摇风。夏秋茶产值是春茶的40%左右,产量高于春茶,其资源浪费既影响产量,也影响效益。从效益看,2013年,全县按10.5万亩生产茶园计算,亩产值6400多元。除大市聚、镜岭、城南亩产值8000元以上,其中大市聚超万元外,多数乡镇、街道在5000元—6000元左右徘徊,最低的乡只有2900元。

产量下降与效益不高,释放的是茶农积极性消减的信号。

提质护牌,步履艰难。品牌是信誉的凝结。目前影响我县茶叶质量的因素不可低估。外地茶源源不断进入,一些茶农收购茶叶炒制,一些茶商收购干茶,这些茶叶与“大佛龙井”产地不一,质量差异较大,应加大原产地保护。由于分散生产、经营为主,茶叶品种多种多样,加工标准不统一,炒制风格五花八门,品质良莠不齐,加之少数茶农在炒制时偷减工序,千度不足,存放不久,就会霉变,存在隐患。值得关注的还有夏秋茶的质量安全问题,应加大质量安全检测和监管。如果在销售环节中,有一件茶叶被检测出农药残留超标被媒体曝光,“大佛龙井”就会砸牌,砸牌子就是砸饭碗。保护品牌很重要,创建品牌更重要。回山镇安顶山茶场至今已12年没有使用过农药,成品茶不使用化肥,其自然品质上乘,因为没有品牌,春茶均价每斤130元—150元。而建在官塘村的东辰药用植物有限公司,2013年建立了岭头山茶叶专业合作社。当年春茶,注册的“天盞金露”每斤3000元,“岭头绿雾”每斤2000元,“念塘清雨”每斤1000元。相比之下,价格天壤之别。“西山碧芽”、“般若谷”、“望海云雾”、“拨云尖”等为何能持续高价,2013年外婆坑茶叶每斤均价为何会达到280元,靠的就是品牌。至今,儒岙、城南、东茗等一些产茶的大乡镇,除享用“大佛龙井”的公共品牌外,自己无区域品牌,明显影响经济效益。而创建品牌不容易,制约因素较多。

没好品质,辛辛苦苦赚不了多少钱;没好品牌,好茶叶卖不了好价钱。

三、对促进茶叶产业发展的几点建议

茶叶是我县农业的主导产业,90%行政村产茶,18万人从业,产业的兴衰,涉及千家万户,与农民的生活水平息息相关,需要县委、县政府一如既往地重视和支持。

动态研判形势。茶叶很平常,凡人能享用,茶叶很珍贵,高人更喜爱。中国人喝茶成为习惯,亚洲人喝茶成为常态,欧美人喝茶群体也在增加。世界很大,茶叶市场很大,尽管政府采购缩水,高端消费减少,只要有品质,不愁没市场。茶叶产业竞争日趋激烈,近年来,省内松阳、武义、磐安等县市及云南、四川、贵州等省茶叶产业迅速扩张,2013年,全国新增了一个浙江省的茶叶面积。然而有专家分析,2006—2036年这30年,是茶叶产业发展的黄金时期。新昌只要借势提振,必能抓住机遇,再创辉煌。如等闲视之,则潜伏着出局危机。随着生活水平的提高,人们对茶叶品质的要求越来越高,对食品安全更为重视,茶叶产品安全责重如山,一刻也不能放松。出去的不愿回乡,留守的逐渐老去,谁来种茶、采茶、制茶的问题已经出现,并将日益突出,农业后继乏人问题严重,必须认真应对。经济建设是中心,发展是硬道理。要防止因具体任务艰巨,社会工作繁重而出现小中心挤压大中心倾向,强化中心意识再教育,使基层干部聚精会神抓经济。小康不小康,关键看老乡。我县不仅要毫不动摇地实施“工业强县”战略,也要坚定不移地实施“茶叶富民”战略,才能实现“美丽新昌,美好生活”的目标。针对我县茶叶产业现状,稳定茶叶面积,加快转型升级,确保质量安全,推进提质增效,达到亩产万元,实现“二次飞跃”,是亟待研究突破的重大问题。形势在瞬息万变,决策能与时俱进。

强化发展措施。根据新情况,推出新举措。

完善扶持政策。对已出台的扶持茶叶产业发展的政策作一次梳理总结,分析政策效应,扬长避短,兴利除弊。对力求突破的,加大扶持分量。以突破“低小散”问题为着力点,扶持茶叶产业化、规模化、集约化、标准化生产与经营,对辐射范围广,带动作用强的现代茶叶园区和龙头企业重点倾斜;合理规划、支持、指导建设青叶市场;鼓励炒茶能手收购青叶,规模化炒制;鼓励红茶企业扩张升级,充分利用夏秋茶资源;对有一定规模的连片茶园,除县政府的专项资金外,协调交通、水利、林业等部门,支持其加强道路、水利等基础设施建设;鼓励茶产品深加工,扩大茶品系列;加大对品牌创建的鼓励力度,提高茶叶的附加值等。同时,加强政策宣传,使之公开透明;加强指导服务,使之落地生根;加强执行监督,使之合理使用。

推广先进典型。省茶树良种繁育示范基地繁育推广新品种,实施覆盖周边5个村1000多户茶农的标准化、标准化采摘、标准化炒制,其示范、带动、辐射作用显而易见。双彩乡大安村丁国统,1991年背着茶锅走出大山到临安等地闯荡,经多年打拼,现在宁波开设了茶叶销售部和茶楼,建立了批发市场。2012年,在乡党委、政府重视下回老家创办国昊茶厂,注册了“国昊”、“烟山红”商标。当年投产,春季以生产绿茶为主,产量达1.2万斤,夏秋季以生产红茶为主,产量为3000多斤。茶商回归,兴办茶业,一举多得,须予倡导。2001年,东茗乡东岩头、下岩贝村率先成立无公害管理销售协会,实行“统一管理、统一喷药、统一采摘”,引起了茶叶界的关注。各地还有不少好的做法。

对好的经验和典型,能实事求是认真总结,因地制宜大力推广。

关切茶叶质量。抓好茶叶品质提升工作。一粒种子可以改变一个世界。指导茶叶品种的更新换代,提高名优良种茶的比重,扩展有机茶基地;加强对茶叶产品包装业的管理,抑制“大佛龙井”品牌的滥用,坚决打击侵权行为;做深做透茶文化茶产业融合的文章,增添新昌茶叶的神韵;加强市场监管,防止以次充好,以劣充优,损害声誉。一项技术能够创造一个奇迹。鼓励茶机企业创造发明采茶机,注重创新,改进工艺,升级茶叶加工设备,提高茶叶加工的科技含量。抓好茶叶质量安全工作。用最严谨的标准,最严格的监管,最严厉的处罚,最严肃的问责,确保茶叶质量安全。大力推广诱虫灯、色板、植(矿)物源农药等新型茶园安全生产技术;严格茶叶质量标准认证制度,推行QS标准认证;加强农药使用的宣传、教育和管理,提倡统防统治,严格质量检测体系,配套检测检验设备,扩大农药残留检测范围等。多管齐下,使安全网疏而不漏。

推进规划实施。抓紧实施《新昌县茶叶产业发展规划(2011—2015)》,抓紧调研,为制定新一轮发展规划打好基础。要加强领导,重视协调,整合力量,集聚要素,明确具体任务,细化操作规程,以现代茶叶园区建设为重点,一项一项抓落实。如通过努力,达到重点乡镇至少有一个现代茶叶园区,有一家龙头企业,我县的茶叶产业将会发生巨大的变化。

解决具体问题。在调研中,茶农、茶商提出了一些具体的意见建议:如茶机补贴,现实情况是茶机企业、税收及费用、茶农各得三分之一,认为改作家电下乡补贴方式,茶农才真正得实惠;茶农认为在本县销售茶叶,无论数量多少,质量好差,全部打九折的潜规则不合理,希望政府干预引导,促进公平交易;每年划出一定的用地指标,支持茶业重点企业和现代茶叶园区生产用房建设;电力部门服务茶农认可度高,然对茶农刚性实行“一户一表”制,认为需要改进,因为民用电与制茶用电价格有区别,茶农有需求的,一户能安装两表,对茶叶炒制大户,更能提供方便;中国茶市停车难矛盾突出,虽然规划有1000只停车位,但大部分在三期,离一期较远,一、二期的停车位有的功能已作变更,茶叶交易高峰期间,外地茶商只能把车停在茶市周边的道路上,因违章停车又要处罚,长此以往,对茶市交易将带来较大冲击,希望完善功能配套,促进持续繁荣;乡镇的茶叶市场多数建于上世纪九十年代,设施设备差,交易摊位少,停车场小,安全隐患多,对升级改造的,能予补助;镜岭镇安山片是茶叶的重要产区,现肥料、农药要到澄潭镇棠村购买,非常不方便,能增设肥料、农药销售网点;在茶叶产业的重点乡镇配备专业茶科员、建立茶叶行业协会;在职业技术学校开设茶技专业班,为我县茶叶产业的发展培养新一代茶人等。对上述意见建议,能加强协调,及时解决或创造条件逐步解决。

“看似寻常最崎岖,成如容易却艰辛”,兴一方茶业,富一方百姓,梦在前方,路在脚下。