

“红色老区崛起绿色财富”

石门茶叶——香天下 富万家

石门县与湘西、鄂西相邻,有“湖南屋脊”之称,其茶叶生产历史悠久、文化底蕴深厚。宋时《茶录》记,石门产“牛抵茶”为贡品,“茶禅一味”源于千年古刹——夹山寺。石门历届县委、政府高度重视茶叶生产,因地制宜,发挥优势,建设高标准生态茶园 12 万亩,茶叶成为山区农民的绿色银行、红色老区崛起的绿色财富和希望。

文 / 龚仕斌

一、优良生态 优质茶园 孕育最佳品质

12 万亩高标准的生态茶园,分布在“湖南屋脊”——环壶瓶山国家级自然保护区的 10 个乡(镇)68 个产茶村和 3 个茶场,其中,万亩以上优质茶园基地有壶瓶山、南镇、东山峰、所街、罗坪等乡镇,2011 年全省“茶业十强乡镇”,壶瓶山、东山峰双双获选。

“千山茶自生,林中自有茶”。石门植茶区域,数百公里无任何污染和污染源,林中有茶、茶中有林,林茶相间,生态环境绝佳,是生产有机茶的风水宝地。茶农种茶积累了丰富经验,传承长期使用农家肥、有机肥的传统,采用现代科技、生物技术和“土、洋”结合的办法,防病治虫,是湖南省茶叶出口质量安全示范区,是 100% 的生态茶、健康茶、放心茶。作为全国的第一个绿色食品茶叶基

地,是全国有机茶生产和出口大县、湖南第一县。石门茶叶怀抱“绿卡”,畅销世界市场。

“高山云雾出好茶”。自上世纪 90 年代起,石门就实施“品牌兴茶”战略,重视名茶开发,在挖掘历史贡茶基础上,采用现代科技和工艺,创新研制出代表当今最高品质的名茶“石门银峰”,共先后 68 次在国内国际茶叶评比、展销中荣获金奖,国内外茶叶界专家和消费者公认,是当之无愧的顶尖级名茶和世界名茶。

据中茶所、省茶科所的专家科学分析和检测,石门作为全省高海拔茶区,其茶叶中的氨基酸、茶多酚、水浸出物含量,高出低山茶区或全国茶叶平均值的 20% 以上,特别是儿茶素(EGCG)含量高达 8.221%,远高于全国 6.87% 的平均水平,为全国第一。



林茶相间——“石门银峰”生态茶园。

二、标准生产 品牌整合 致富山区茶农

“十年谋一叶”。早在 2000 年就制定了第一个省级地方标准《石门银峰茶综合标准》,并在 2007 年由石门县茶叶协会注册为地理证明商标,开始统一打造“石门银峰”品牌,提出了“一套标准抓生产,一个拳头抓市场,一种声音抓宣传,统一质量拓市场”。从此,“石门银峰”步入快速发展,由过去的“单一”产品发展成三大系列 10 多种规格,由原来的 5 家茶厂生产,发展到 109 家茶企业的产销群体,销售范围则是由过去的本县(市)或本省,渐渐发展到省外国外的大市场。

石门县委、县政府以“统一、整合品牌”为推手,吹响了公共品牌的集合号,出台相关奖励、激励政策,指导和要求全县茶叶企业,统一使用“石门银峰”地理证明商标。协会、企业通过“进百城建千店”工程,实施连锁、加盟等形式,已在北京、上海、深圳等地开设了“石门银峰”品牌店 102 家,并计划在《十二五》期间,“石门银峰”进入省外 100 个地市级城市和 1000 家超市、宾馆或专卖店,促进公共品牌最大限度转化为经济效益。

品牌兴 产业旺 茶农富。品牌,能像核

原子一样会发生聚变,释放出巨大的能量。培育自主公共品牌,就能带动一条产业链,拉动一方经济,富裕一方百姓。“石门银峰”是石门县委、政府长期培育的自主品牌,2007 年注册地理证明商标,2009 年获湖南省著名商标,2010 年成为第十七届国际茶文化节“唯一指定用茶”和湖南省的四个地方公共品牌之一,其品牌评估价值 8.5 亿元,2011 年认定为中国茶叶最具发展力公共品牌,2012 年认定为中国驰名商标。石门在全国茶叶百强县中排序第 20 位,“石门银峰”已成为致富山区 20 万茶农的公共品牌。

2010 年前,“石门银峰”茶的鲜芽头收购价每公斤就突破了 100 元,随品牌知名度提升,茶价也年年上涨。特别是在每年的清明前后,鲜茶芽收购价 160 元/公斤还供不应求,茶农采收一天鲜茶叶,收入都在 300 元以上。2012 年,“石门银峰”获得中国驰名商标后,产量、质量、效益更是大幅提高,其系列产品达 2750 吨,综合产值 4.5 亿元,出口交货值 1.5 亿元,分别比上年增长 15%、30%和 33%以上。

三、强化宣传 文化助推茶业发展

文化是经济发展的软环境、硬实力,茶文化是茶品牌之魂、产业发展之根。石门县是中华诗词之乡、湖南首届书画之乡、民间艺术之乡,在长期实施“文化强县”战略中,弘道本地土家文化,挖掘“茶禅一味”文化,叫响“石门银峰”品牌,推动了茶产业建设。

十年“茶禅之春”誉世界

2012 年 5 月 12 日——16 日间,通过全国政协、两岸经合(北京)文化交流中心搭台,湖南石门和台湾南投两地牵手,第十届中国石门茶禅之春在中央 4 台、湖南石门夹山二地隆重进行。同期,中国国学院大学禅茶文化研究院落户夹山寺,从而,石门茶禅文化的研究,又升级到国学层面。

早在 2002 年,石门县政府与中国茶叶学会就举办了“中国茶禅文化研讨会”,石门确认为“茶禅之乡”。2005 年,石门县组织茶农将“石门银峰”有机茶第一个“挑”进北京天安门,“一石激起千层浪”,石门茶叶品牌宣传,从此一“炮”打响,引起轰动。2006 年台湾的余光中大师亲临石门,登坛论茶禅,为夹山寺题词:“茶禅一味可通诗”名震海峡两岸。2007 年,石门县独家承办了国际茶人品茗会,50 多个国家的政要、客商、茶人、记者等,现场品评“石门银峰”并将其优良品质和口碑,传出国门,远播海外。2010 年,“石门银峰”生产企业整体抱团,统一“出山”,通过第十七届国际茶文化旅游节到上海展销,并

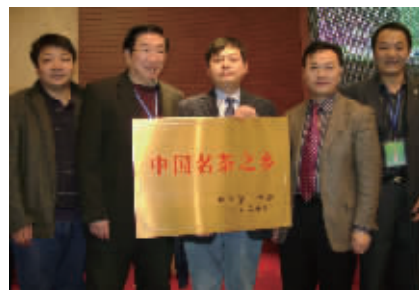
借助世博会的窗口和平台,拓展世界市场,不断扩大出口。

连续 10 年的“茶禅之春”文化活动,成为推动石门茶叶产业持续发展的引擎和动力。石门县茶叶协会荣誉会长、政府茶叶办主任马进福回忆和总结道:在 2002 年举行第一届“茶禅之春”时,石门茶业面积 4000 公顷,产茶 3000 吨,产值 8000 万元,在湖南省内的规模、效益处于中等序列。今天,全县茶园 12 万亩,年产茶 9500 吨,综合产值 5 亿元,在壶瓶山、白云山、雁池西山、太青山等高山茶区,涌现出了一大批亩产值达万元的茶园,年收入达 10 万元的科技示范茶农,石门茶叶产业规模、品牌、效益,已进入国内茶业的“第一方阵”,而茶产业发展的活力、潜力和后劲,更是领军湖南。

石门县 70 万土家儿女,对茶产业建设充满了信心,全县上下形成了“哪儿种了茶哪儿就致富,哪儿要致富哪儿就要种茶”的发展观。县委书记熊大顺描绘了茶产业发展蓝图:《十二五》规划全县茶园面积 15 万亩,产值 10 亿元,出口创汇 2 亿元以上,实现生态富县,茶业富民。县委副书记、县长杨琦明对石门茶产业建设,提出树立五个理念,加快科学发展,即“以生态理念抓基地发展、用文化理念抓品牌宣传、以创新理念抓产品研发、以健康理念抓茶叶安全、以工业理念抓企业建设”,再创石门茶叶新辉煌。



石门银峰成为上海国际茶文化节唯一指定用茶。



陈宗懋刘仲华授牌。



俄罗斯客人在挑选石门茶叶。张友亮摄