

却成鲁茶价值头牌

一手“好牌”



日照圣谷山茶场,工人正进行茶叶采摘。

要坚定“一提北方茶就是日照绿”的自信,中国农科院茶叶研究所副所长姜仁华这样勉励日照茶产业从业人员。姜仁华指出,国内茶产业存在供给结构性过剩、劳动力短缺、机械化水平低和产品创新不足等问题,日照绿茶作为区域公共品牌,相较于自身的茶园规模,品牌价值还是不错的。姜仁华建议,日照茶产业发展要结合乡村振兴战略,实现一二三产融合,最终促进农民增收。

此外,日照茶产业发展要扩大思路,与信息、教育、文创、旅游和加工等多种业态相结合。在产品创新方面,可以借鉴“喜茶”等品牌模式,针对年轻人的市场需求,进行产品创新,促进年轻人的消费。

日照市茶叶科学研究所副所长、日照市茶叶协会秘书长丁仕波表示,下一步将加强协会组织建设,发挥协会职能作用,加强品牌管理,大力实施母子品牌战略,规范茶产业有序生产、经营,维护和提升日照绿茶在国内外市场的信誉,保护商标注册人和消费者合法权益,推动茶农增收和全面促进乡村振兴战略。

日照市茶叶技术推广中心主任郭常青要求,日照市茶叶协会在做大做强日照绿茶品牌上发挥优势作用,做大做强茶叶示范基地,在日照茶产业发展难题上作出技术创新突破,在扶大扶强龙头企业上发挥行业组织协调作用。各级茶叶主管部门要加强对日照市茶叶协会的领导和指导,为茶叶协会提供必要的工作条件;积极协调财政、农业、旅游、市场监管等部门开展工作,创造良好的工作环境。

“政府搭台,企业唱戏,专家助推,媒体传播。”山东省现代农业产业技术体系茶叶创新团队首席专家、青岛农业大学园艺学院茶学教授丁兆堂如此总结日照绿茶的品牌打造。目前,日照绿茶已经形成东港、岚山、莒县、五莲“两区两县”争奇斗艳的格局。

中国品牌建设促进会上周发布2019

中国品牌价值评价信息显示,日照绿茶位居区域品牌(地理标志产品)榜单第51位,较去年上升14个位次,在茶类中排名第8位,实现历史性突破。

>>>产业之问 青岛茶业能否抱团发展?

“崂山区的茶企业推广崂山茶,西海岸新区重点推介海青茶,其实不如都叫‘青岛茶’。”在一年一度的青岛茶博会上,即墨一家茶企工作人员曾如此建议。

目前,青岛市茶产业存在崂山茶、海青茶两个区域公用品牌。其中,崂山茶是原国家工商总局和国家质检总局认定的地理标志产品,海青茶2014年被农业部认定为地理标志产品。同处北纬36度的海青镇,是山东省实施“南茶北引”战略最早的地区之一,现有茶叶专业村43个,茶叶加工企业200多家。与名头更盛的崂山茶相比,海青茶在名气上一直都有“略逊一筹”的尴尬。

“青岛区域内的气候差异还不足以使消费者正确区分这两种地理标志产品,崂山茶和海青茶一定程度上分散了消费者对于本地茶叶产品的认知,长期维持这一局面,终究不利于本地茶叶的发展。”江志凯认为,整合青岛茶品牌发展成为深化改革的当务之急。

此外,即墨、城阳、李沧同样地处北纬36度,且区划均位于崂山山脉延伸段,其所种植的茶树品种均为“南茶北引”驯化品种,所产茶叶品质与崂山茶品质基本无异。江志凯建议,将这些区域纳入崂山茶产区,共享区域公用品牌。

《崂山绿茶地理标志产品保护管理办法》规定,崂山绿茶是指茶叶鲜叶全部产自崂山区现辖行政区域,并在上述区域范围内按照《地理标志产品崂山绿茶》(GB/T26530-2011)生产的绿茶。“现在的崂山茶(地理标志),就像围城。城里的人希望

走出去,扩大产地和影响力,城外的人希望走进去,提升自身品牌实力。”江志凯坦言。

早在2012年,青岛市政协委员匡新曾提交提案,建议青岛市区共同使用崂山茶品牌,统一打造这块金字招牌,不过有关部门并没有采纳。现在看来,由政府搭建平台推动青岛茶产业和品牌整合,消除岛城茶业品牌乱象,打造覆盖青岛全境的“大崂山茶”区域品牌,提高“大崂山茶”的规模与效益,可以化解在产业宣传推广上找不到着力点的尴尬与困境,推动“乡村振兴”战略的实施。

西海岸新区绿茶开发研究会会长、青岛益元茶业有限公司董事长李传村表示,海青镇虽然与日照市相邻,但海青茶自成一派,从上世纪60年代开始种植,1968年有了大型茶厂,目前茶叶种植面积大、种植户也多,而且规模在不断扩大,逐渐从单纯生产茶叶转向旅游观光与茶叶生产并重。

半岛记者查询发现,对茶叶区域公用品牌的区域属性进行重新审视,在国内不乏先例。随着各地茶产业的不断发展,出现了多处茶产业在原有地理标志证明商标前提下,扩大使用范围的案例,如蒙顶山茶、都匀毛尖、祁门红茶等,将品牌使用范围从县级扩大至地级市(州),种植环境相似、生产标准统一,带动原核心产区周边地区共同发展,使得品牌的规模基础产生了跨越式发展,有助于茶叶产业化发展与提升。不过,扩大地理标志证明商标使用的区域范畴,也有一系列的问题需要解决,如是否会带来品牌保护的问题、是否会稀释品牌核心价值、是否会出现“公用地灾难”,等等。

因此,扩大崂山茶地理标志证明商标使用范围,也不能操之过急。“崂山茶现在的重中之重是完善防伪,做好品质控制,打响金字招牌。”江志凯说,崂山茶品牌含金量做起来之后,才能开始进行整合。

近年中国农产品区域公用品牌价值排行榜

崂山茶 VS 日照绿茶



浙江大学CARD中国农业品牌研究中心发布

2019中国茶叶区域公用品牌价值前十位

西湖龙井	67.40亿元
普洱茶	66.49亿元
信阳毛尖	65.31亿元
福鼎白茶	44.96亿元
洞庭山碧螺春	44.49亿元
大佛龙井	43.04亿元
安吉白茶	40.92亿元
蒙顶山茶	33.65亿元
六安瓜片	33.25亿元
安化黑茶	32.99亿元



制图/徐雪茹