

建德苞茶的前世今生

——建德苞茶历史渊源、区域品牌管理及发展前景

建德产茶始于汉代，盛于唐代。历代皆为国内重点茶区，唐代陆羽《茶经》有古睦州是中国八大茶区之一的记载。南宋时，建德茶叶是朝廷贡品，也是税收的主要来源。明清时，建德茶叶吸引不少文人雅士吟诗赞颂，留下许多不朽诗篇，有“舟过新安江，鼻间皆茶香”的美誉。民国时，十都绿茶、里洪坑红茶远销沪杭。新世纪以来，建德市通过坚持名优茶开发策略，充分发挥生态资源优势，大力发展有机茶种植，接轨国际市场，形成了茶产业良好发展格局，茶叶成为山区半山区农民奔小康的支柱产业之一。

建德苞茶创制于清同治年间（1862—1874年），原产于三都小里埠、梅城东关。梅城为严州府治，是浙西的重要商埠，也是皖南货商的必经之路。清时，这里商贾云集，江面商船、花船或航或泊，岸上茶楼酒肆林立。皖南的黄山毛峰十分畅销，茶价很贵，盈利甚厚，而货源却供不应求，茶商在三都小里埠仿制黄山毛峰，因仿制走样，而形成一款产品别具特色，芽叶连柄带蒂，形似含苞待放的兰花的茶品，但与黄山毛峰形质不同，为黄茶类，取名“小里苞茶”。苞茶芽叶完整壮实，芽毫显露并带有金黄色叶，泡茶后，茶在杯中，叶柄朝下，沉浮于橙黄明亮的茶汤中，似天女散花，芳香四溢，煞是好看又好喝，一时名声大噪，销路甚好，销量越来越大，于是生产迅速扩展，商人感到“小里”名气太小，在“苞茶”前冠以严州，故曰“严州苞茶”。

严州苞茶的盛产期在清末到抗战前夕，据杭州庄源丰茶行记载：1917年，此茶转销到苏联和南洋。抗战以后，茶市萧条，产量锐减。至1949年前年产量仅2500公斤。1949年后，茶叶生产得到复苏，苞茶的年产量恢复到1万多公斤，后产量又逐年减少，60年代几乎绝迹。

1979年，经茶叶技术人员努力，对苞茶进行恢复创新，并改名“建德苞茶”。此后多次被评为省、杭州市一类名茶，1991年在杭州国际文化节上，荣获“中国文化名茶”的称号，同年，获得北京茶叶博览会金奖。此时，建德苞茶成为浙江省第一批恢复生产的古老名茶之一。

上世纪90年代后期，由于没有及时跟进标准和品牌管理，建德苞茶黯然退场，但没有让茶人失去对它的热爱，其由盛到衰，是教训更是经验，唤醒了人们对品牌的保护意识。2007年7月，市政府成立了“建德苞茶地理标志产品保护申报管理委员会”。同年10月29日，经浙江省质量技术监督局向国家质检总局呈报了建德苞茶地理标志产品保护的申

请。通过国家质检总局组织的专家评审，2008年5月8日，国家质检总局发布了2008年第56号公告，批准对建德苞茶实施地理标志产品保护。在申报地理标志保护产品工作的同时，制定和实施建德苞茶地方标准。我市相关部门对建德苞茶制定了包括栽培技术、鲜叶与加工技术、质量安全三个部分在内的地方标准。当年在建德苞茶产品鉴赏会上，专家们一致认为，在生产上由过去的手工制作改为全机械加工，是建德苞茶发展史上极为大胆的一次革命，将过去的带鱼叶采摘习惯废除，是建德苞茶制作上的一大进步，建德苞茶已具备了高中档名优绿茶的品质特征。2010年建德苞茶地理标志证明商标成功注册，注册人为建德市农产品监测中心。2015年市农业局重新修订了建德苞茶加工技术规程，并升格为浙江省地方标准。

从2006年开始，作为重振和恢复建德苞茶的发起者浙江天赐、建德天羽两家公司一直在从事建德苞茶的研究和开发，培育了近3000亩苞茶基地，改建了厂房，购置了相应的机械设备，建设了建德苞茶展示展销中心，并销往上海、北京、杭州等地，远销德国、法国、英国等国。然而，建德苞茶仍然没有恢复到鼎盛时期。

建德现有茶园面积6.2万亩，分布在新安江、乾潭、梅城、三都、大同、寿昌等乡镇（街道）。该区域处于我国绿茶黄金产业带，有茶农近3万人，各类茶叶企业64家，初制茶场100多家，全市通过国内外有机认证与QS认证的茶厂分别为6家、10家，浙江省示范茶厂和标准化名茶厂5家。2016年，全市茶叶总产量为2617吨，产值2.54亿元。有千岛银珍、建德苞茶、怡可等国家地理标志保护产品和“浙江名牌产品”，有高山龙井、新安江白茶、里洪坑红茶等珍稀特色品种茶和建德市非物质文化遗产百年金奖红茶，年产值100万元以上的企业28个。由于茶叶品牌多、乱、杂，龙头企业带动力不强，加之对品牌建设认识不足，政策资金投入力度不大，导致建德“有好茶、无大品牌”，没有真正形成品牌优势。

为实现市政府确定的建德农业优势产业发展目标，提高建德茶叶在国内外的影响力和知名度，必须进一步加快建德市茶叶区域公用品牌建设，建德苞茶仍最具有打造区域公用品牌的优势和潜力。

有了前车之鉴，打响建德苞茶区域公用品牌必须要按照政府引导、企业自愿的原则，重点抓好以下工作：

打造一个品牌

即“建德苞茶”品牌。通过

“统一产业布局、统一品牌标志、统一准入机制、统一质量标准、统一市场形象”，逐步实现建德茶叶使用“建德苞茶”作为统一的公用品牌。基于建德茶树品种和产品丰富的特点，以不同色系对“建德苞茶”产品系列进行划分，分为：金苞（黄叶）、钻苞（白叶）、翠苞（绿叶），根据质量确定相应等级。

实施三大计划

一是标准化基地建设计划。针对重点茶叶企业和茶叶主产乡镇，支持茶叶标准园创建（面积集中连片50亩以上）、茶树良种基地建设，加强茶园基础设施建设，示范推广病虫害绿色防控技术、测土配方施肥、机械化采茶等标准化生产技术；二是标准化生产提升计划。支持省、市级农业龙头企业及规模化茶叶专业合作社，实施茶叶加工设施、装备的改造升级，促进茶叶加工向自动化、标准化、清洁化、智能化发展；三是品牌战略营销计划。挖掘丰富品牌文化内涵，抓好品牌营销策划与宣传，支持龙头企业开展产销对接活动，采取多样化方式宣传推介“建德苞茶”品牌。

推广五大策略

基于品牌价值、产品体系以及核心消费者定位，确立五大推广策略。一是品牌农旅化。依托建德旅游市场，借助旅游资源，将乡村旅游、休闲农业与农业品牌进行有机融合，打造建德茶业农旅一体化发展新模式。二是茶园景区化。在全市范围内甄选种植环境优异、基础设施良好的茶园基地，由政府提供经费补助，建设集茶叶种植、文化体验、产品销售于一体的“建德苞茶”品牌庄园，将茶园景区化、美丽化，建成集游客采摘体验、茶主题饮食、茶主题民宿、品牌产品销售等，并导入“建德苞茶”品牌形象。三是产品文创化。用创意的手法丰富品牌周边旅游产品，将品牌文化元素、风格、理念和旅游产品相结合，让消费者在旅游和购买旅游产品时了解“建德苞茶”品牌，提升和丰富消费者的购买体验。四是传播多样化。以“建德苞茶”品牌为核心，以建德为主要传播市场，通过在建德市境内主要入口、高速、服务区、主要街道、商圈、宾馆、公交、景区等设置高炮、海报、道旗、灯箱等户外宣传广告；拍摄“建德苞茶”品牌宣传片，在当地电视台、公交车车载移动媒体、LED彩屏媒体、网络媒体等进行投放或与本地媒体、微信公众号等进行联合推广。五是营销立体化。将“建德苞茶”品牌与建德现有的知名节庆进行串联和整合，传递品牌价值，宣传品牌文化；召开“建德苞茶”品牌发布会，

亮相品牌形象及产品，阐述品牌规划与理念，并争取举办高峰论坛、入驻中国茶叶博物馆品牌馆，提升“建德苞茶”在中国茶界的知名度和美誉度；以赞助、植入等形式，争取成为在浙江省范围内举办的国际会议、运动赛事或名人商会讲座的指定用茶。

强化七项保障

一是建立组织协调机构。由市府办牵头，市直相关部门、行业组织、重点龙头企业共同参与和推进建德茶叶公用品牌建设工

作。二是建立运行保障机制。在建德市茶叶产业协会基础上，成立“建德苞茶”质量管理与服务中心，负责“建德苞茶”区域公用品牌的具体运作实施，为全市“建德苞茶”成员单位的统一评审、统一包装提供全程服务，从源头上把好茶叶生产的质量关。

三是建立质量标准体系。由市市场监管局、市农业局牵头，组织有关专家修订“建德苞茶”生产技术规程和系列产品质量标准，并经过专家审定通过，由茶叶协会报省卫生部门备案发布。各产茶企业按标准生产，为做大做强“建德苞茶”区域公用品牌做到标准统一。建立茶叶质量可追溯体系和产品召回管理制度，支持开展茶叶标准化技术培训，提升茶叶从业人员的专业技术水平和产品质量安全意识。

四是完善产业规划布局。以名优绿茶为重点，兼顾红茶和有机大宗茶，进一步优化茶类布局。突出抓好“三江两岸”茶区特早茶产业带、西南茶区龙井茶产业带、北部、东北部万亩深山优质出口绿茶和万亩白叶品种茶产业带建设。有关乡镇、村、龙头企业根据全市茶叶产业发展整体要求，结合当地实际，高标准、高起点制定本区域的茶叶产业发展规划或实施方案。

五是强化质量安全监管。建立健全品牌建设的相关制度，制定品牌管理、准入、监督、退出机制及应急预案；执行品牌授权，产品监督、检测检验、市场营销及品牌塑造等相关制度规范。建立“建德苞茶”区域公用品牌的质量安全监管体系和保障措施，明确监管主体，促进“建德苞茶”品牌可持续健康发展。

六是加大资金扶持力度。政府每年安排一定资金作为“建德苞茶”区域公用品牌建设和发展专项，财政涉茶资金作为政府引导性资金，撬动社会投资建德茶产业发展和茶品牌建设。

七是强化人才技术保障。培育一批技术型、管理型、营销型、复合型专业人才。强化人才引进，推进企业加工技术改造、设备升级，建立与国际接轨的茶叶产品质量标准体系。（市茶叶站）