

海南白沙探索融合发展之路——

## 当绿茶与旅游擦出火花

本报记者 潘世鹏

## 探访特色产品消费

茶旅融合,不仅是唇齿间留下的那缕淡淡茶香,还因其绿色健康的良好形象,在现代旅游市场中实现蓬勃发展。近年来,海南白沙积极探索“以茶促旅、以旅带茶”发展模式,拓宽新消费业态,推进茶产业融合发展迈向纵深。

茶园深处,郁郁葱葱的茶树冒出尖尖绿芽,茶农们三五成群穿梭其中,一片片嫩绿的茶芽落入茶篓,山间地头洋溢着绿茶收获的喜悦。

眼下,海南省白沙黎族自治县大范围绿茶采摘期进入尾声。迎着初夏的骄阳,当地茶园一片忙碌的采摘景象。除了采摘茶叶,茶园旅游也在“五一”假期前后悄然兴起,不少慕名而来的市民纷纷走进茶园,与大自然来一场亲密接触。当茶叶与旅游擦出火花,茶旅融合激发消费新活力,走出一条经济发展新路子。

## 好山出好茶

白沙山川美,四季茶飘香。

两排老式橡胶加工厂的厂房粉刷一新,就是如今的海南天然茶叶有限公司总部基地,原本准备废弃的房屋在短短几年间,通过改造使用,孕育出一个新的明星企业。

走进公司大门,茶叶产品展示柜上的几块奖牌格外醒目。“我们的茶叶口感好、品质高,市场供不应求,大家对企业的发展前景十分看好。”每当有人到访,公司总经理汤适总爱向客人介绍公司“限坑茶”牌茶叶在第十一届国际鼎承茶王赛中获得的两块金牌,这个成绩对初创不久的茶企而言尤为不易。

2016年,汤适怀着对茶文化的浓厚兴趣

以及对白沙有机茶产业的信心,与海南橡胶公司共同创办了这家茶叶企业。

万事开头难。从单兵作战到队伍建设,从没有厂房到因地制宜改建,汤适和他的团队将“限坑茶”这个品牌渐渐打响。汤适说,看好白沙,就是看好这里的特殊地理位置和气候条件,这也是“限坑茶”能赢得市场的“核心法宝”。

不仅如此,白沙县的茶园土壤有赤红壤、紫砂壤、黄壤等,出产的茶叶呈现出外形秀美、香气怡人、口感柔顺等特点,备受消费者欢迎。再加上白沙几乎没有冬天,雨水较少,春茶在每年11月下旬就提前到来,全年可采茶季时间长。依托这些优越的自然条件和气候条件,白沙茶叶逐渐在全国市场打响知名度。

## 好茶伴“海鲜”

“好有好的道理,我们相信高投入、严管理肯定能有好收获。”沿着弯弯曲曲的山道一路爬坡,汤适向记者介绍有机茶园的管理秘诀,“茶园不施化肥、不打农药,全部都是人工除草。海南气温高,为了应对干旱天气,加强茶园补水,我们专门开挖了几个池塘用来蓄水,茶园全部铺设了喷灌设施”。

登上茶山,放眼远眺,好一派绿意盎然的南国美景。眼前的茶山像梯田一样

从山顶延伸到山下,茶农们有说有笑地在茶园里采摘茶叶。茶农廖红云自茶园建设以来就在这里工作,现在她每天能采摘鲜叶10多斤,每月收入4000多元。“我们在家门口上班,还能照顾家。”廖红云说,茶园的严格管理令她最为佩服,“茶园专门以沤制有机肥来养茶叶,这样的茶叶品质肯定好!”

严格有机茶园的种植管理,需要投入更多物资和人力成本,天然茶叶公司每年在茶园种植栽培与人力建设方面的投入就将近千万元。“我们的茶树是‘吃海鲜’长大的,稀奇吧!”汤适介绍,通过在茶垄间挖沟埋放鱼虾等海鲜,以及将羊粪与豆粕、花生饼等发酵腐熟,为茶树补充养分,能够较好地增加土壤有机质含量,也造就了白沙“限坑茶”独具特色的口感与品质。目前,“限坑茶”已通过中国、欧盟、美国、日本有机及国际雨林联盟认证,未来将继续努力打造成为白沙茶叶的标志性产品。

## 串起茶产业

4月30日是“五一”小长假的第一天,位于白沙牙叉镇的五里路有机茶园迎来了第一拨游客。来自内蒙古的游客吕锐走进有机茶园后,连连称赞,当即在朋友圈向亲朋好友推荐:“整个茶园就像绿色的海洋,还有扑面而来的清新空气,真是美丽极了!”

采茶叶、喂鸽子、踩高跷、品尝长桌宴、钓鱼……在五里路有机茶园,游客们玩得亦乐乎。作为地地道道的白沙黎族妹子,符小芳从2008年起就带着当地5户农户成立茶叶合作社,在距离白沙陨石坑大约2.5公里处的缓坡上开垦种植了22亩茶田,取名“五里路茶园”。随着生态茶园的扩大建设,吸引了越来越多游客前来参观游览,茶园也开始探索茶旅融合发展之路。

渐渐地,品有机茶、吃黎家菜、住茶园民宿成为游客体验茶园乐趣的新选择。为数不多的几栋木屋民宿一到节假日都是“一房难求”。“站在民宿阳台就可以随手采摘成熟的龙眼,打开天窗就能欣赏满天星斗,这些特色项目非常吸引游客。”茶园管理人员王见君介绍,不仅如此,五里路茶韵共享农庄附近还种有近千棵龙眼树、荔枝树,自2019年推出认养活动以来,受到游客青睐,已有

大半果树被认养。每到果实成熟时,大家相邀前来体验采摘,茶园都会迎来旅游新热潮。

茶园基地里,还有正在直播的网红主播们,一边展示采茶过程一边与屏幕前的观众互动,让观众身临其境地感受采茶乐趣,还能在线上方便快捷地“云采购”茶叶。据了解,五里路有机茶园2021年共接待游客48091人,较2021年的接待量增长约2.5倍;今年前3个月累计接待游客16093人。

近年来,立足优越的生态环境和气候条件,白沙大力发展以橡胶为主,绿茶、南药“两个万亩”及红心橙、咖啡、山兰稻等“六个千亩”热带高效特色产业为支撑的生态农业体系,成功打造出全国首个全域农业公用品牌“白沙绿茶”。白沙黎族自治县委书记邓伟强表示,白沙将在“生态+农业”“生态+旅游”“生态+体育”等方向持续发力,加强特色产业高质量发展能力建设,同时在海南自贸港建设新的发展机遇下,不断发挥区位优势,推进茶产业融合向纵深发展,进一步擦亮白沙茶旅融合新招牌。

## 市场瞭望

在国内茶叶品种多样、品牌繁多,消费者对茶叶品质要求越来越挑剔的今天,推进茶叶品牌建设面临越来越大的挑战。海南白沙立足有茶叶,发展“优”茶叶,探索出一条茶旅互动助推茶产业高质量发展的新路子。

与此同时,海南自贸港建设加速推进,也为包括白沙茶叶在内的区域特色产品产业发展提供了新契机,为其销售带来新的增长点。海南天然茶叶有限公司、五里路有机茶园都是从无到有,经过几年潜心发展,一步一个脚印成长壮大,逐步提升了企业的市场竞争力,扩大了市场占有率。

统计数据显示,海南茶叶销售空间巨大,但自有生产能力不足,内销市场原料主要依赖从福建、云南等地输入。海南优质产区较少,此外,茶园肥水不够以及老化、抛荒等问题,均制约了当地茶产业发展,生产经营较分散,难以形成规模效益。对此,大力推进“茶叶+”,实行融合发展是推进茶产业提质增效的有效途径之一。

白沙茶产业独特的生态环境、气候资源非常适合走新型茶旅融合发展之路。融合,让传统的茶叶采摘销售,延长了产业链条,提升了茶叶经济的附加值,实现了茶园管理效益最大化。通过融合发展,企业经营收入提高,也进一步扩大了企业、品牌与消费者的互动,增添了茶叶品牌的消费黏性。

茶旅融合是条新路子,融合之路不是简单的“1+1=2”,而是要做出“1+1>2”。共同探索合作新模式,实现企业和地方共赢发展,这要求茶叶企业兼顾市场需求与产业升级,不盲目追求短期经济利益,要以茶为媒推动整体融合发展,形成完整的融合发展链条。另外,也要注重挖掘当地的历史文化、民风民俗、茶叶特性等,充分展现其历史文化价值,更好地推动“文商旅”产业链深度融合,提振消费,助力经济发展,从而走出一条人无我有、人有我优的融合发展之路。

潘世鹏



茶农在海南白沙五里路有机茶园采摘茶叶。 本报记者 潘世鹏摄

黑龙江林口县镇北村山野菜绿色种植供不应求——

## 领“鲜”刺嫩芽 俏卖大市场

本报记者 马维维

近日,走进黑龙江省牡丹江市林口县镇北村山野菜种植专业合作社,培育刺嫩芽的大棚却是“光秃秃”的。村党支部书记杜英莲告诉记者,“上一茬刺嫩芽已经采摘完毕,这片是刚刚种下去的新苗,到5月中旬又能采摘了”。

刺嫩芽是主要分布在我国东北地区的一种山野菜,被誉为“山野菜之王”。焯水后可以蘸酱吃,或是与鸡蛋一起烹制成蛋饼,还能加工成不同口味的小咸菜,多种吃法一直深受消费者青睐。4月24日上午,一位正在超市选购刺嫩芽的牡丹江市民张宇欣说:“家人特别爱吃刺嫩芽蘸酱,虽然略带苦味,但感觉很健康、有营养。”

2018年,看准刺嫩芽消费潜力的镇北村以“村集体+股份合作社+农户”的产业发展模式,建设了两座温室大棚,完善了喷灌设备及相关配套设施,打造了集新型种植、深加工、包装、销售多元化产业于一体的“反季山野菜温室大棚”项目。此后,反季山野菜屡屡创造出较高的经济价值,镇北村集体经济收

入显著提高。“这些山野菜不仅在省内供不应求,还远销到北京、上海、河北等地,忙的时候我们一天就要打包发货几百斤。”杜英莲说。随着人们对绿色食品的重视程度不断提升,山野菜日益受到消费者追捧。在东北地区,每年从春节期间开始持续到夏季,刺嫩芽、大叶芹、猴腿等山野菜就一直是货架上的热销产品。

如今,镇北村的“冬闲”变成了“冬忙”,同样受益于山野菜的,还有中国龙江森林工业集团。

“2021年,我们共培育了21万株刺嫩芽,产量和2020年相比增收了六成多,可谓是大丰收。”说起山野菜种植,龙江森工集团八面通林业局公司风月桥劳模创新工作室负责人严发柱乐得不拢嘴,“反季培养刺嫩芽的温室大棚都是寒地温室大棚,采用双层塑料布以及透光度好的白棉,加上太阳能热水袋的助力,在室外零下38摄氏度的寒冷天气下,室内温度依然能达到零上2摄氏度至3摄氏度,

不仅省工省电、低碳环保,还能保证产量”。

“刺嫩芽质地鲜嫩、风味独特、营养丰富,是北方群众餐桌上的一道特色美食。”在龙江森工集团刺嫩芽大棚内,劳模创新工作室成员郑媛正对着手机,在直播中向网友们推介刺嫩芽。工作室团队一方面通过直播电商开拓线上销路,另一方面通过朋友圈转发带动周边地区线下销售,打破了山野菜常规化销售模式,提升了产品知名度,销路更加宽广。

当前,多样化的细分市场发展迅速,展现出强劲的消费力。龙江森工森林食品集团有限公司也立足自身的“黑森”品牌,整合森工区域内优质资源和产品,形成多元化产品结构。“针对年轻消费者,我们开发了山野菜水饺、蒸饺、包子等10款森林特色主食产品,还推出了森林预制菜,拓展了山野菜的消费市场,极大地满足了消费者对山野菜的多层次需求。”森林食品集团餐饮板块负责人刘志广说。

既要“卖得好”,还要“卖得快”。森林食品集团通过建立展销中心、参加各大展会、进

驻超市,以及登录电商平台直播带货等方式,线上、线下齐发力,打通消费区域化限制。结合时令,集团还与部分饭店合作举办森林山野菜美食节等。“通过这些展示,北京、上海的外地客商主动和我们联系,希望通过物流配送林区特有的新鲜食材。”刘志广介绍,目前,森林食品已走进全国近800家超市,独特的资源和产品优势助推订单实现从“上门找”到“找上门”转变。

紧抓“鲜”菜商机,镇北村山野菜产业今年也要再升级。杜英莲表示,村集体将积极利用新业态、新模式,拓宽山野菜销售渠道,进一步提高品牌的知名度和美誉度,“同时大力发展农村电商,采取培养带货主播、电商平台销售等方式,将属于镇北村的美景美食宣传出去,争取培养1位至2位乡土网红带货能人,让我们村自产的绿色山野菜享誉省内外市场”。

大棚内的刺嫩芽正蓬勃生长。 本报记者 马维维摄

本版编辑 郭静原 美编 高妍