



巫溪蒲莲镇，村民爬上野生老鹰茶树采摘嫩叶。
通讯员 乔洛阳 摄/视觉重庆



村民用传统炒制方法制作老鹰茶。
通讯员 郑万山 摄/视觉重庆

□本报记者 赵伟平

近段时间，巫溪老鹰茶频频“出圈”——

6月上旬，巫溪老鹰茶“爆品”打造专家论证会暨品鉴活动在南坪会展中心举行，业内顶级专家学者纷纷建言献策；

6月下旬，巫溪老鹰茶产业指挥部和盛景旅游集团共同推出的百年古树老鹰茶和五百年古树老鹰茶，在上清寺门店正式上市；

7月中旬，巫溪老鹰茶协会与中国石油重庆销售分公司签订协议，后者将利用加油站这一平台优势，推介巫溪老鹰茶。

巫溪从今年初就加快老鹰茶的市场布局，目标只有一个——将老鹰茶打造成具有重庆辨识度、国际影响力的“爆品”。

老鹰茶也被称为老荫茶，是重庆特色资源茶种。巫溪县拥有野生老鹰茶树资源全国第一的优势，要将这种在重庆街头巷尾常见的“大碗茶”打造成“爆品”，应该如何破局？



重庆飞往北京的航班上，空乘人员推介巫溪老鹰茶。
通讯员 李晨 摄/视觉重庆



巫溪县一饮品店店员正在制作生椰老鹰茶饮品。
通讯员 冉梦竹 摄/视觉重庆

巫溪老鹰茶「大碗茶」走上品牌之路

绿茶、红茶、年份茶
不断改良工艺让老鹰茶推陈出新

老鹰茶产自樟科常绿乔木毛豹皮樟，种子壳非常坚硬，传说要被老鹰吞食，经过胃酸把壳软化后排出体外才能破壳发芽，因此被称为“老鹰茶”。《本草纲目》中记载，老鹰茶有止咳、祛痰、平喘、消暑解渴等功效。“粗茶淡饭”中的“粗茶”就是指的老鹰茶，自古以来，云贵川一带的老百姓都喜欢饮用消暑解渴的老鹰茶。

巫溪老鹰茶种植面积有5万余亩，有千年老鹰茶树10株，100年以上的老鹰茶树2500株。“打造巫溪老鹰茶‘爆品’，我们有基础、有优势。”巫溪县老鹰茶产业指挥部指挥长沈慎介绍，为将老鹰茶打造成为“爆品”，全县从古树资源保护、基地建设等近十个方面，制定了巫溪老鹰茶“爆品”打造方案，其中革新工艺、提升老鹰茶品质是重点。

这让经营老鹰茶20年的巫溪县同源茶叶有限公司负责人赵长平信心倍增。

2002年，赵长平在巫溪创办了一家鞋厂，他经常买一些茶叶熬水给人喝，但大家觉得，还是老鹰茶的味更厚重，更解渴。

但受制于饮用习惯和传统手工制作工艺，那时候的巫溪老鹰茶品质不高。赵长平想，能不能用机器加工提升老鹰茶品质？2003年他转行做起了老鹰茶生意。

要把老鹰茶从传统手工制作的茶叶变成用机器加工的品牌茶叶，并非易事。走访云贵川一带的市场后，赵长平发现，老鹰茶和平常饮用的茶叶不一样，市面上没有现成的加工工艺可供借鉴。无奈之下，他只好参照绿茶工艺加工老鹰茶。

杀青、揉捻、蒸干……经过一年多的摸索，2004年他成功研制出老鹰茶绿茶。后来经过改良工艺，他生产的老鹰茶喝起来口感醇厚，汤色通透，逐渐得到市场认可，一斤最高能卖到近百元，而当时市面上普通的老鹰茶一斤只卖15—16元。

由于老鹰茶有隔夜不馊的特点，赵长平找到了时任杭州茶科院副院长杨秀芳，希望能进一步挖掘老鹰茶的价值。杨秀芳通过化验发现，老鹰茶富含黄酮素、氨基酸、芳香醇等，符合人们对健康的追求，还有很大的开发空间。

在杨秀芳及团队的帮助下，赵长平将制茶工艺再次进行了改良，老鹰茶的汤色由深红色变成透明的琥珀色，紧接着开发出了颗粒茶，去年又推出了老鹰茶红茶。这款老鹰茶红茶去除了老鹰茶原有的樟香味，口感也更回甘，一斤卖到了500元。

在政府的引导下，今年赵长平按照老鹰茶的嫩度进行了分级销售，同时也开始售卖年份茶，比如百年、五百年、千年古树茶等，“好的年份茶甚至卖到了上万元一斤。”赵长平很是自豪。

饮品、果冻、茶酥、火锅伴饮
开发细分市场满足不同消费需求

打造巫溪老鹰茶“爆品”，找准消费群体至关重要。巫溪人方福兵瞄准年轻人群体，在开发老鹰茶饮品方面进行了探索。

2021年，方福兵在县城开了家“报叫咖啡”饮品店。为了吸引更多年轻消费群体，他琢磨能否以老鹰茶为原料，开发新的饮品。经过不断调制，今年3月，他推出两款老鹰茶饮品，成了店里的爆款，每天有上百杯销量。

26岁的购买者方琴第一次品尝“生椰老鹰茶”咖啡后，就被它独特的味道吸引：“喝第一口是浓厚的咖啡味，随后是老鹰茶的回甘，口味蛮独特，精致的透明包装也便于携带。”她成了老鹰茶饮品的“铁粉”。

得到市场认可，方福兵信心更足，接下来打算研制新的老鹰茶饮品。

而半年多前，在细分老鹰茶消费人群问题上，巫溪老鹰茶指挥部指挥长沈慎和同事曾展开了激烈讨论。

当时，巫溪老鹰茶指挥部在征求市农科院、高校等专家的建议后，初步将消费人群主要分为高端商务人士、老人妇女等特定人群、不适合饮用绿茶的人群以及年轻人四类。

但对年轻人这一消费群体，大家却有不同的声音。

支持方认为，年轻人人口基数大，是潜在的未来市场，值得培育；反对方则认为，年轻人大多没有喝茶的习惯，消费能力不强，需要大量投入来培育市场，不划算。

大家各执一词，谁也说服不了谁，最后只有通过市场调查来得出结论。

他们对巫溪、重庆中心城区的年轻人发放了100多份问卷调查，了解到他们

不爱喝老鹰茶的原因：主要是对这种茶没有深入的了解。

“那就开发年轻人喜欢的类似于奶茶的产品。”沈慎提出了自己的见解。很快，大家达成了共识。

如今，针对不同消费人群，巫溪当地已开始推出或正在研发定制化的老鹰茶产品，比如针对小孩和老人先后开发出老鹰茶果冻、茶酥；食品企业针对中老年人研制出老鹰茶陈皮饮料；老鹰茶协会正在联系厂家生产火锅伴饮的罐装饮料，针对高端商务人士推出包装精致、有品位的茶品……

直播带货、上飞机推广、文创联名
多渠道推广提高产品知名度

接下来，如何将巫溪老鹰茶推广出去，提高产品知名度？作为巫溪老鹰茶协会会长，黎军从去年下半年开始，就在为巫溪老鹰茶的营销推广四处奔走。

前不久，巫溪提出到2030年，老鹰茶种植基地要达到20万亩，年产量达1万吨，年综合产值达50亿元的目标。“普通饮品要打造成‘爆品’，绝非一日之功，这是一个厚积薄发的过程。”黎军说，当务之急就是要想方设法让更多的人了解巫溪老鹰茶。

黎军牵头做的第一件事是在高铁站、住宅小区、高速公路、汽车站等人流集中的地方铺装广告牌。今年1月，他在巫溪水韵酒店开设了一家巫溪老鹰茶品鉴空间，并在山东、浙江等地物色了10多个经销商，对巫溪老鹰茶进行多渠道推广。

同时，黎军想到了直播带货。他找来多名带货达人和网红来推荐巫溪老鹰茶。他还自己做抖音直播，介绍巫溪老鹰茶的历史和冲泡方法。

要把巫溪老鹰茶宣传出去，还需要借助外力。

去年11月，黎军找到重庆一家策划公司负责人苏芝琳，碰撞出文创联名的营销思路——巫溪方言有很强的地域特色，比如“么哩”（什么）“扯拐”（差点）等，能不能把这些有意思的言子儿和巫溪老鹰茶的营销结合起来，引起更多消费者的关注？

他们联合重庆4A级景区开埠遗址公园，依托景区流量，开发出了文创联名的“言语江湖”老鹰茶产品。

“言语江湖”是正方体包装，只有手掌大小，里面是10小包印有各种言子儿的老鹰茶，让人眼前一亮。消费者习惯叫它“言子儿茶”，每月有1000多盒的销量。

为了进一步造势，在市农业农村委的帮助下，今年6月，一家航空公司的空乘人员在重庆飞往北京的客机上，对巫溪老鹰茶进行推介。巫溪老鹰茶作为重庆土特产的代表，参加了该航空公司在北京大兴机场举行的名特优新农产品展示展销。

前不久，巫溪县委、县政府举办巫溪老鹰茶“爆品”打造专家论证会暨品鉴活动，中国工程院院士、国家植物功能成分利用工程技术研究中心主任刘仲华、小罐茶联合创始人于进江等顶级专家、学者，就如何打造具有重庆辨识度、国际影响力的巫溪老鹰茶“爆品”提出建议。

通过一系列的营销推介，目前巫溪老鹰茶已成为一个公用品牌，在巫溪县城和重庆上清寺各开了一家直营店，在抖音、淘宝、京东三大网购平台销售，同时形成了上古巫神话、百年巫情话、岁月巫戏话、经典巫言话四大产品系列的营销格局。

看小罐茶如何打造“爆品”

2016年小罐茶一推向市场，就凭借独特的产品创新和小巧设计，让大家记住了它。上市两年后，小罐茶年销售额突破20亿元，成为茶叶市场的现象级产品。

小罐茶是如何打造“爆品”的？近日，小罐茶联合创始人于进江从产品的品类定位、卖点创意、包装设计进行了介绍。

首先，小罐茶把市场定位在高端商务人群，因此它从一开始就针对高端商务人群，制定营销策略，树立品牌形象。

其次，产品要成为“爆品”，得有卖点创意才行。于进江举例说，什么是高端好茶？采摘时节、香味、色泽、冲泡后的形态、口感等等，这些都是判断好茶叶的标准，但这还不够。

小罐茶另辟蹊径，选择从“人”的角度出发，找到8位拥有“国家非物质文化遗产传承人”荣誉的制茶大师，打出了“小罐茶，大师作”的口号。这些大师都参与到小罐茶的生产、制作当中，最后推出了8款产品，这让小罐茶的品质和档次都有了极大提升。

最后，要有“爆品”的包装设计。小罐茶把包装做成铝制小罐茶形态，每罐装4克茶叶，同时推出定位高端商务人群的金罐系列、中端市场的银罐系列和年轻化的彩罐系列产品，深受消费者青睐。

(赵伟平)

能否“出圈”最终比的是品质

前段时间，俞敏洪直播带货一款北纬47度的玉米，10分钟卖出12万根，冲上当日直播带货销量榜单第一，成为玉米界的“爆品”。

同样是卖玉米，俞敏洪卖的是对农业产业的认知——北纬47度，有经历万年沉淀下来的黑土地，有机质高达7%，接近全国平均值的两倍，这种环境生长出来的玉米品质可见一斑。

巫溪老鹰茶树生长在云雾缭绕的大山之间，独特的气候环境和土壤条件，孕育了优良的品质。同时，因为富含黄酮素等抗衰老成分，隔夜不馊，在茶产品中极具竞争优势，换句话说就是具备“出圈”的可能。

记者在采访中了解到，巫溪作为全国老鹰茶的主产区，面积和产量占据全市老鹰茶产业的半壁江山，但目前，当地标准化的老鹰茶加工企业不超过4家，更多的还是以小作坊生产为主。同时，巫溪老鹰茶缺乏统一的加工工艺标准，这在很大程度上造成产品品质参差不齐，进而影响产品创新。

巫溪老鹰茶要想在这条“新赛道”领跑，当前应把更多心思放在与老鹰茶品质相关的环节上。

比如，利用数字技术加强千年、百年老鹰茶古树资源的保护和管理，筛选核心种质资源；结合常规育种技术建设茶树种质资源苗圃和良种育苗基地，全面推广老鹰茶品种选育、扩繁技术、强化矮化绿色种植技术，形成老鹰茶栽培管理技术规范标准。

同时，优化巫溪老鹰茶加工技术，建立和完善老鹰茶生产及产品标准；围绕市场创新老鹰茶产品，推动老鹰茶产业多元化发展。

此外，深入挖掘巫溪老鹰茶消炎、祛暑、降脂解腻、抗氧化、解酒等功效研究，开发符合市场需求的新老鹰茶产品，形成技术成果并进行推广应用等等。

(赵伟平)

【他三句】

【百姓声音】