

秀山茶茶叶种植面积已居全市首位,大量高品质茶叶被外省茶商低价收购——

好茶叶为何难有好价钱

重报观察

□本报记者 罗芸

茶园面积超过15万亩,占全市总面积的14.7%——进入新世纪后,秀山土家族苗族自治县茶叶种植面积已居全市首位。

近日,重庆日报记者采访时发现,秀山茶园面积虽大,在市场上名气却不响。

作为我市茶叶第一种植大县,秀山茶茶叶怎么了?

秀山茶茶叶销往何处

位于江北区南桥寺的重庆茶叶专业批发市场,是主城较大的茶叶批发市场之一。12月13日,记者在这里转了几圈,却未发现产自秀山的茶叶。

最后,在一家经营重庆地产茶的商铺,经营者陈超从角落里拿出产自秀山的功夫红茶。

“秀山茶茶叶品质相当不错,可惜牌子不响。”陈超有些惋惜地告诉记者,茶叶消费讲究品牌,几乎同样品质的秀山芽尖茶,价格只有知名品牌的1/3,可愿意买的顾客还是寥寥无几。

记者在电商平台上查询发现,秀山茶茶叶最便宜的,250克只售30元;最贵的精包装,200克也才卖400元。而无论价高价低,店铺月销量最高的也不足30单。

秀山出好茶。早在东晋时期,秀山茶茶叶便被载入《华阳国志》。清末民初,秀山的洪安“猛洞茶”、钟灵“平邑茶”、海洋“尖山茶”就在邻近的贵湘鄂地区很有名气,有“斗米换斤茶”之说。

据统计,今年秀山全县茶园面积已超过15万亩,成品茶产量将超过1万吨,其中绝大部分以线下方式销往县外。

这么多秀山茶茶叶,销到了哪里?

在秀山开茶厂20多年的杨老板告诉记者,每年春节一过,便有不少来自沿海、西北的茶商入驻秀山收购茶叶。“秀山茶茶叶品质好,产量也有保障。”这位老板介绍,其中加工出来品



今年春天,游客正在秀山峨溶茶园游玩。通讯员 鲁诗勤 摄 视觉重庆

质稍次的,走“大路货”,用大袋运往西部地区;品质顶尖的,被精心包裹起来,运往知名茶叶品牌产地包装,再销往全国各地,“顶尖的部分,听说转手就能以翻番甚至翻两番的价格卖出。”

品牌塑造弱在哪里

秀山茶茶叶没有品牌吗?

秀山县农业农村委有关负责人表示,近年来秀山在扩大茶叶种植规模的同时,一直在努力塑造本地品牌。

早在2017年,为整合县域内各个分散的品牌,秀山便申请到“秀山毛尖”区域公共品牌。同时,该县通过财政补助等形式,鼓励县内企业参加茶叶展会评比,目前已拿下“中茶杯”特别金奖等国家级奖励26项,“巴味渝珍”杯斗茶大赛金奖等市级奖励67项。既有好品牌,为何叫不响?

“茶叶消费的,不仅是产品本身,更是一种文化。”市农业农村委经作处处长谢宇表示。

目前国内知名的西湖龙井、大红袍等品牌均有数百年历史,并有历史文化“加持”。秀山大规模发展茶产业时间不足20年,要将优秀的产品转化为口碑,还需要时间来积淀品牌文化。与此同时,该县财政对茶产业的

投入,更多聚焦于整个产业链的前端和中端。在秀山,从种植管护到茶叶加工,均有相应的政策扶持。但记者在采访中也发现,该县茶叶的营销环节,主要是以资助企业参加会展的方式为主,一年投入不足50万元。

“有一年我们也在机场、车站投放过广告,但感觉‘泡’都没冒一个。”秀山县农业农村委有关负责人郁闷地说,因此他们后面没有再投放过广告。

“像茶叶这样的农产品,持续营销非常重要。”市农业农村委二级巡视员洪国伟表示,在信息爆炸时代,“三天打鱼两天晒网”式的推介,往往会让前面的营销成为“沉没成本”,短期内投了钱却难有效益。

缺乏完备的销售网络,也让秀山茶茶叶难在市场上叫响。在秀山,90%以上的茶产业从业者集中在种植环节,从事线下营销的人较少,因而在全国大中型城市亮出“秀山茶茶叶”的档口并不多。

“福建安溪茶产业从业者80万人,其中10万人是卖茶的。”洪国伟说,散布于全国大小茶叶批发市场的安溪人,走到哪里就将包括安溪在内的福建茶叶销到哪里,培养福建茶叶的消费市场,从而扩大品牌的知名度和影响力。

秀山茶茶叶品牌如何打响

秀山兴隆坳现代农业园区,圆润的山丘被绿色的茶树覆盖,蔓延到远方。在寒冷的冬日,茶树正为来年孕育新芽储备能量。

根据秀山县农业农村委提供的数据,在脱贫攻坚期间,该县茶产业覆盖22个乡镇2.7万户农户,带动13个贫困村7550人脱贫,是脱贫支柱产业之一。

“秀山茶茶叶的产业基础非常扎实,是乡村振兴的重要产业,这也为品牌打造奠定了良好基础。”谢宇表示,秀山茶茶叶要把产业优势转化为经济发展优势,可以在提升茶叶加工品质、加强营销宣传等方面下功夫,让“优质茶叶”变成“知名商品”,并通过补助营销环节等扶持政策,让商家加大对外推介力度,使秀山茶茶叶品牌深入人心。

洪国伟建议秀山茶茶叶要在“游泳中学会游泳”。农业产业在发展初期缺乏自己叫得响的品牌,靠“贴牌”解决销售不失为权宜之计。但在茶产业发展中,地方政府和村集体经济组织应鼓励有能力的人进入线上线下销售渠道,实现通过产业链的专业化分工促进从业人员的专业化分工,以终端环节促进前端进一步提升种植水平、迭代加工设备,为秀山好茶卖出好价铺平道路。

重庆英才故事⑥

重庆医科大学附属第一医院骨科主任黄伟:

一个好医生要学会“发明”和“创造”手术

人物名片

黄伟,男,重庆英才·名家名师,重庆医科大学附属第一医院骨科主任,中国医师协会骨科医师分会副会长。现保持人工髋关节置换全球最高龄纪录(111岁)。多次前往西藏、贵州等地区扶贫,免费为数十名贫困患者进行关节置换术;赴赴缅甸、巴巴多斯等“一带一路”国家提供技术指导。



黄伟(左三)与手术后成功站起来的唐婆婆。(受访者供图)

□本报记者 何春阳

近日,在重庆医科大学附属第一医院(以下简称“重医附一院”)1号楼19楼主任办公室,重庆日报记者见到了黄伟:一身白大褂,胸前的兜兜里塞满了签字笔、记事本、测量尺,戴着一副黑色细框眼镜的他显得儒雅又温和。

黄伟是重医附一院骨科主任、中国医师协会骨科医师分会副会长、重庆市突出贡献中青年专家。从业30年,他兢兢业业,持之以恒地在骨科领域“发明”和“创造”手术,迄今已帮助近万人摆脱病痛折磨。

采访中,黄伟重复得最多的一句话是:医生应该注重科研与临床的结合,一个好医生要学会“发明”和“创造”手术,通过新技术、新方法来达到更精准更优质的医疗效果。在他心里,医疗手段越先进,手术效果越好,就有多人能更有尊严、更有质量地生活。

这话并不假,现年114岁的老人唐婆婆的手术经历就是最好的例子。

2019年2月,111岁的唐婆婆因右侧髋部骨折住院。经检查,她心肺功能不佳,肺部伴有感染。做手术,风险和难度极大,唐婆婆可能下不了手术台;不做手术,又很容易加重肺部感染,引起系列并发症危及生命。

“我习惯把病人当亲人。我会想,如果他是我的父亲、母亲,哪种治疗方案最好。”黄伟回忆,再三考虑后,他和团队决定,为唐婆婆实施人工髋关节置

换术。

当日25日上午,黄伟用自创的微创手术技术为唐婆婆开了个8厘米的小口,置换了髋关节,整个手术只用了30分钟。仅2多个小时后,唐婆婆就在医生的搀扶下站了起来。

此次手术,打破了关节置换的最高龄世界纪录。

“人们常说,‘伤筋动骨100天’,但实践证明,只要医疗手段进步了,操作技术提升了,患者就可以更快康复、康复得更好。”黄伟说。

成为首届重庆英才·名家名师,这意味着什么?当被问到这个问题时,他斩钉截铁地说:“责任,回馈。”黄伟直言,近年来,重庆高度重视人才工作,人才政策和人才环境都越来越好,这也进一步激发了他和团队的创新创造活力。

政策红利释放人才效应。成为重庆英才后,黄伟更加全身心地投入工作,注重解决阻碍学科发展的关键性问题,带领团队不断攻坚克难,实现了重庆医科大学骨科实验室从无到有的突破,重医附一院骨科也正式获批建设国家临床重点专科,进入“国家队”。

“我的目标很明确,就是打造一流学科,带动重庆骨科事业不断向前,造福千千万万骨科患者。”黄伟说。数十年如一日,黄伟在骨科科研一线孜孜求索。至今,他已为5位百岁老人完成关节置换术,每年让数百名80岁以上超高龄髋部骨折患者重新站立。

党建引领国企高质量发展

重庆市属国企倾力推动

“五个一体化”共创川渝协作新样板

不久前,在重庆举办的2021中国西部国际物流博览会上传来好消息:重庆交运集团正积极与宁波港、广州港等沿海港口对接成立合作平台,共同推动成渝地区货物通过铁海联运出口海外。

今年六月,国家有关部委出台《成渝地区双城经济圈综合交通运输发展规划》。对此,重庆相关领域市属国企纷纷积极行动。除了市交运集团,重庆高速集团也与四川成渝公司合作,将共同设立规模为50亿元的成渝双城基金,首期发行规模5亿元,主要投资符合成渝地区双城经济圈交通产业发展相关领域的项目,包括用于成渝高速扩建等。

近年来,重庆市属国企坚持党建引领,积极融入成渝地区双城经济圈建设,陆海新通道建设等国家发展战略,聚焦基础设施互联互通、产业发展协同协作、科技创新、金融支撑服务实体经济以及生态环境联防联控等“五个一体化”发展,不断取得可喜成果。

今年8月,重庆银行主动与重庆市发改委对接,就共同推动成渝地区双城经济圈建设签署战略合作协议,在推动双城经济圈政策规划、产业布局、重大项目推进、功能平台建设等方面开展合作,是首批与市发展改革委专门就双城经济圈开展战略合作的商业银行。

为了更好地服务成渝地区双城经济圈的建设,重庆银行在公司党委的坚强领导下,成立了专门的服务双城经济圈建设领导小组,统筹协调金融服务双城经济圈建设工作,并积极跟踪重庆市级重大项目、四川省级重点项目、川渝合作共建重大项目。

目前,重庆银行已通过债券、贷款等多种形式支持超过多个区域重大项目建设,涵盖水利、铁路、机场、轨道交通、医院、商贸

物流、农业、新一代信息技术等领域,如川渝两省市共同批复设立的首个跨省共建省级新区高竹新区、京昆高铁的重要组成部分川南城际铁路的自贡高铁东站、渝东北扶贫通道城开高速(城口—开州)等。未来5年,该行将为成渝地区双城经济圈的相关项目提供1000亿元的资金支持。

重庆农商行同样发布了与成渝地区双城经济圈有关的重大基建项目专项支持方案,加大对铁路、高速、机场、能源、水利、生态环保等基础设施领域重点项目的资源倾斜力度,近两年,向成渝地区产业发展和基础设施建设提供贷款超2000亿元。

5月12日—13日,在重庆市国资委、四川省国资委联合内江市、荣昌区举办的“2021川渝国企内江荣昌行”活动上,重庆农商行荣昌支行还与四川农信社联社内江办事处签约,围绕绿色金融、项目融资、普惠金融、债券投资等领域开展长期合作。

上述活动期间,内江、荣昌与川渝国企共签约项目63个,投资总额达864.41亿元,项目涵盖了新经济、新基建、现代农业、特色文旅、现代物流等领域。

这些项目中,包括重庆对外经贸集团助力内江市东兴区基础设施建设项目、重庆联通公司、重庆能源集团、重庆三峰环境公司、重庆民生物流公司助力荣昌区经济、城市建设等。众多市属国企正用实际行动,倾力支持成渝地区双城经济圈建设合作向纵深领域拓展。

市国资委相关人士表示,中证成渝地区双城经济圈成份指数已正式发布,指数成份股涵盖川渝两地100家上市公司,目前市值约3.8万亿元,约占成渝地区205家上市公司总市值规模的80%。

同时,“川渝共同产权市场互

联网平台”正式建立后运行良好,截至11月底,在挂项目共计9929宗,涉及金额205.11亿元。其中,重庆4247宗,金额109.1亿元;四川5682宗,金额96.01亿元。

此外,国资国企主导的川渝合作高滩新区产城融合项目,也取得新进展:重庆富渝控股集团和内江发展公司,拟将位于川渝高竹新区的“川渝合作高滩新区产城融合项目”打造成为川渝合作统筹发展示范区,重点推进项目科技创新基地已完成可研,包含创新孵化区、集中办理区和配套服务区,其中产业孵化区和集中办理区已完成项目立项和方案设计。

上述人士介绍,今年川渝两地国资系统积极争取开展区域性国资国企综合改革试验,成立成渝地区双城经济圈发展基金,进一步发挥成渝地区双城经济圈发展基金区域产业协调发展的作用。目前相关合作进展顺利,基本达到双方预期。

未来,两地国资系统将继续强化党建引领,进一步加强国有资本布局优化和结构调整规划协同,积极对接国务院国资委,争取纳入新一轮区域性国资国企综合改革试验,以“川渝国企区县行”活动为抓手,搭建企地合作平台,助推毗邻地区协同发展。

除此之外,两地国资系统将共同推进《规划纲要》中的牵头事项和配合事项,积极协调重点任务推进过程中的难点卡点问题,进一步促进已签署协议的落地落实;全方位建立对话合作机制,加快构建“大国资”新格局,密切与地方国资委信息互通、资源共享,进一步加强央地国有企业精准对接,为央地协同助推成渝地区双城经济圈建设保驾护航。

陆丰

一线英才助力国企高质量发展

张环:忘情投入科研实现行业技术领先

张环,重庆轻纺集团旗下重庆登康口腔护理用品股份有限公司首席专家、研发部部长。作为冷酸灵产品的研发团队的关键技术负责人,主导开发了冷酸灵新产品系列20余个,负责项目近5年新品累计销售收入超过15亿元。

12月13日晚,重庆登康口腔护理用品股份有限公司实验室灯火通明,张环正面对各种试管器材、实验设备,沉浸在技术探索中。

“我们希望通过优化牙膏成分,进一步改善产品对老年人口腔的刺激。”张环一边观察着面前的仪表数据,一边介绍说,老年人口腔黏膜变薄,唾液分泌减少,普通的阴离子表面活性剂存在清洁力,发泡好但刺激性较高,并不适用于衰老中的口腔黏膜。

通过不断尝试,张环及团队目前已成功搭建体内唾液分泌影响模型,正在进一步研究解决口腔刺激性问题的方法,相关成果将应用于冷酸灵系列老年人专用牙膏中。

自2001年硕士研究生毕业后来到登康口腔,张环一直坚守科研初心,在口腔大健康领域的科技研究及关键创新取得持续技术突破,她带领的团队研究能力和学术水平均达到行业领先水平,对口腔行业科学技术发展做出了重要贡献。

近年来,她作为核心开发人员负责了“含钾盐和锶盐的双重抗过敏牙膏”专利技术开发,成为冷酸灵核心技术平台,双重抗敏感技术获得行业重大科技进步一等奖;主导研发的含生物活性材料生物活性玻璃陶瓷HX-BGC材料牙膏,抗敏技术达到世界领先水平,并获得省部级科技进步二等奖;主研开发成功的植物牙齿美白技术冷酸灵去渍亮白双重抗过敏牙膏,获得华西医科大学权威临床功效验证,是行业内最早开发成功的植物美白技术的产品,获得重庆市科技进步三等奖……

这些成果,是无数个白天和夜晚里,在实验室的艰苦研发凝聚而成。

“我所在的是一个极其强调专业的行业,登康口腔在这个行业里具有



重庆登康口腔护理用品股份有限公司首席专家、研发部部长张环悠久的历史 and 极佳的口碑。”张环说,“冷酸灵”牙膏作为重庆轻工业所剩不多的“五朵金花”之一,目前在国内口腔行业连续保持民族品牌销量第一,市场份额第二,在抗敏感细分市场占有60%以上市场份额,这都益于在抗敏感技术深耕及持续创新、卓越的产品品质。“无论是从为人打造一支好牙膏角度,还是从坚持做热爱事业的角度,来到登康口腔,必须全力以赴。”

处在支撑企业发展的核心研发部门,张环带领团队奋力拼搏,即使面对突如其来的新冠肺炎疫情,也坚决迎难而上,加班加点组织探讨技术方案,应对市场剧烈变化寻求突破口。

在新产品研发攻坚小组的全体努力下,凭借良好的技术储备和攻坚,冷酸灵炭能优护抗敏感牙膏、专研抗敏(益生茵)牙膏等抗菌类产品于近一年内陆续顺利上市,上市3个月销售额达1330万元。

正是凭着这股劲头,张环带领团队不断攻克技术难关。近五年,张环牵头负责研制成功冷酸灵系列新产品项目超过50项,国家级研发项目1项,产学研重点项目4项,市级新产品立项20余项,获得市级重点产

品8项,部级科技进步二等奖1项,论著1本,科技论文20余篇,专利10余项,制定修订行业标准7项。

张环个人也不断获得荣誉:重庆英才,“十三五”轻工科技创新先进个人,2020年度重慶市三八红旗手,2018年重慶市江北区人才绿卡A卡,重慶市江北区首批中青年创新拔尖人才等。

不久前,登康口腔又承担了国家级研发项目中医药现代化应用。中药是中华民族瑰宝,但由于中药成分复杂,性质不稳定,应用在口腔产品中容易引起配方不稳定,造成严重质量问题。张环带领中药牙膏研发攻关小组,深入研究中药特别的矿物药的物理化学性质和批次质量稳定的关键参数,找出了口腔中矿物药变色、发稀等关键质量指标,重新开发出新一代中药牙膏配方架构,成功产业化升级5项中药产品,年销售额上亿元。

在实验室里,张环继续带领研发团队挑灯夜战、讨论技术方案,验证技术路线,不断在一系列专业领域取得重大技术突破,企业和行业创造更多价值。

陆丰 图片由重庆登康口腔提供