

中華合作時報

茶周刊

喝茶人的良师益友

茶文化的传播阵地

每周二出版 全彩印刷
定价:120元/年

订阅办法: 1、从邮局订阅, 邮发代号 81-230
2、滚动式订阅, 直接从邮局汇款
地址: 北京市西南四环 188 号 总部基地 6 区 12 号楼
邮编: 100070
收款人: 《中华合作时报·茶周刊》
电话: 010-63702881 63744183

北京：春节前茶市销售火爆

临近春节，京城各大茶庄也迎来一年中最繁忙的时段。2010年2月6日是“小年”，记者从京城部分茶庄了解到，今年顾客买茶热情高涨，尤其提绳纸包茶最受欢迎。除了传统的提绳纸包茶，各大茶庄还推出了自己的特色礼盒：张一元推出了上海世博会礼盒、中国文化系列礼盒；京华茶叶推出了民俗礼盒、锡茶具礼盒……

在北京大栅栏张一元老店300多平方米两层营业大厅里，买茶的顾客挤满店堂，20多名营业员忙个不停。“您来啦”“您慢走”，看到熟悉的老顾客，张一元公司总经理王秀兰热情地招呼着，同时亲手把“福”字贴纸送到每一位顾客手中，“过年了，把张一元的祝福送给大家”。

据王秀兰总经理介绍，今年张一元的茶叶价格不会上涨，现在公司配送中心、门店员工都在加班保证市场供应，满足顾客购茶需求，“小年”当天全公司销售茶叶12万斤，销售额就达到200万元，其中张一元新推出的“世博包装茶”仅半天就售出了500盒，再创全国茶行单店销售最高纪录。

记者了解到，价格从一二百元到一两千元不等的各种礼品茶是消费者抢购的“重点”。由于众多顾客喜爱老北京的纸包、绳捆的包装，这种包装的散装茶叶成为最畅销的商品。

“我排了半个小时的队。”顾客王先生告诉记者，为了买茶叶，费了不少劲。据工作人员称，“我们下班后还要留下来包明天的茶叶，要是都现称现包，实在跟不上卖的。”火爆的购买场面也让部分礼盒和茶叶断了货：张一元的西湖龙井、白茶的部分价位已经售罄，京华茶叶的民俗花茶礼盒也已经售罄。（张羽）

浙江：茶企把茶叶店开进世博园

“采云间茶园进驻世博园了。”日前，浙江采云间茶业有限公司（下称“采云间”）办公室主任师锋涛指着一份平面设计图告诉笔者。据悉，采云间将作为世博会服务商提供茶叶销售和茶文化展示等服务。

据了解，位于世博园中国馆附近的采云间茶园占地面积300多平方米，已经进入装修阶段。该茶园位于世博园中轴线上，旁边就是中国馆。目前该公司正在开展招聘符合条件的营业人员等前期工作。采云间世博茶园也将成为展示中国茶文化的重要平台，实现与世博会的对接。（李冰峰）

江西铜鼓：宁红保健茶已成一大特色产品

江西铜鼓素有“宁红”茶乡之称。因地处山区，山高林密，空气毫无污染，加上气温低、湿度大，茶叶生长期延长，因而各种成分含量偏高，生产的茶叶品质优良。

“宁红”保健茶已成为铜鼓一大特色产品。其中最负盛名的有龙爪茶、龙港茶、太子茶等品牌。（张弼廷）

消费聚焦

茶行业千载难逢的战略机遇(下)

□ 姚尧

啤酒是德国的“民族产业”，带有太多的地域化特征。所以，德国2000家左右的啤酒企业能够共生共荣。啤酒不是美国的民族产业，所以，美国啤酒业呈现寡头垄断态势。啤酒同样不是中国的民族产业，所以，人们预测中国啤酒行业将逐步呈现美国啤酒行业的格局，而不是德国的格局。

葡萄酒是法国的民族传统产业，所以，法国葡萄酒行业呈现多元化格局。但葡萄酒不是中国的民族产业。所以，中国葡萄酒产业像美国一样呈现寡头格局。

白酒是中国的民族传统产业，因此，任何对于白酒行业将实现产业集中或寡头垄断的预测都难以兑现。尽管茅台和五粮液等优势企业规模有扩大趋势，但却无法从根本上改变白酒行业分散的基本格局。

茶叶是中国的民族传统产业，中国的国饮。绿茶有四大名茶，行业有八大名茶、十大名茶之说。又分为六大茶系，历史源远流长。比白酒的各种香型更多。所以茶叶行业将类似白酒行业的分散格局。

一些中小企业仍将继续长期存在。但是竞争状态必然升级，行业的舒适期从此一去不复返。行业利润将会缩水。品牌建设成为必然，品牌建设付出的成本将大幅度增高。

金融危机之时，中国的茶叶企业更加明白品牌对于销售增长和利润获取的价值与意义。长期以来，中国茶叶行业在营销方面一直处于水平极低的状态，品牌建设出现了很多误区。可以说“中国茶叶无品牌”。即使认为自己是品牌的，还是留下了很多可以攻击的软肋，存在着很容易颠覆的机会。

行业现状说明了竞争对手力量薄弱。同时也是一个机会很多的黄金行业。机会就是在混乱中产生。行业越乱，说明机会越多。成功的企业不是解决了问题，而是抓住了机会。2009年，茶行业受金融危机影响而来的市场整合期，面对混乱的市场，优秀的茶叶企业应该“圣人期修古不法常可。”在行业没有可参照的成功经验之时，不法常可勇于出击。

市场混乱不等于竞争激烈。试问如果一个行业只有两三家企业了，还有新品牌的机会吗？茶叶行业多年以来的低水平营销，给现在发力留下了很多战略战术机会。面对

混乱的茶叶行业无品牌的千载难逢的战略机遇，谁率先发力，谁将掌握先机。谁有正确的营销，准确的定位，谁将快速成为王者。

一个行业的战略机遇期只有3年—5年。当战略机遇之窗关闭时，企业要崛起将付出多倍的努力。试想，当蒙牛抓住战略机遇快速崛起后，后来者即使有蒙牛的决心也没有这样的机会了；当统一润滑油抓住战略机遇快速崛起后，就基本上关闭了后来者快速崛起的大门；当“思念”和“三全”抓住了行业战略机遇期快速崛起后，机会之窗逐步对其他企业关上了大门；当南京雨润抓住了肉制品行业最后一个战略机遇——低温肉制品后，机遇之窗已经对其他企业关闭；当联想抓住中国电脑行业的战略快速崛起后，家电企业携巨资入场，但当机遇丧失的时候，他们的命运也就注定了。

茶行业现在正如同当年的速冻食品，行业缺乏品牌的时候，谁抓住战略机遇，谁就是茶行业的“思念”和“三全”。大多数身处低集中度行业的茶叶企业除了快速崛起，就是淘汰出局，没有其他选择。而有实力的茶叶企业则遇到千载难逢的“圣人期修古不法常可”的战略机遇。

受市场好评的滴漏式多功能泡茶壶

□ 侯凯东



滴漏式多功能泡茶壶的容量0.7L，功率750W，采用全密封设计，具有以下特点：独特的加热元

件，将水温控制在最合适的温度，令茶香醇可口；旋转式茶叶篮，方便清洗，经久耐用；自动保温装置，随时品尝香醇的香茶；防滴漏装置，防止茶水滴漏，无需经常清洗；带滤水净化功能，水位视窗刻度指示，随时观察水位状态。另外，可通过增加和减少茶叶的投茶量，来调节茶汤的浓淡度，能根据所需的茶汤量来控制工作时间，节能不浪费水和电。

追求茶的真味，在国内习惯于清饮，即不添加任何辅料，以80度—95度的开水冲泡，最大程度地保持茶叶的真味，符合茶道的基本精神：清、雅、真、美。滴漏式多功能泡茶壶的普及，对茶产业的发展是一种强劲的促进剂。

贵阳：茶馆业遭遇茶艺员流动之痛

□ 应腾

临近春节，贵阳市黔艺宝茶楼举办了10余场品茶活动，但因茶艺员人数不够，使茶楼直呼忙不过来。“招聘信息发布有一段时间了，但茶艺员还是不好找，现在大部分都是靠朋友介绍来的，好的茶艺师太少了。”经理杜远飞无奈地说，“特别是临近春节，茶艺员流动性更大，除了个别茶艺师选择长期从业外，其他的干不了多久就走了，最短的只干了十来天，这样的情况给茶馆带来了不小的麻烦。”

茶叶是一种特殊的消费品，茶艺员不是一般的服务员。一个茶庄、茶叶店铺，如果有一个训练有素的茶艺师，懂得如何泡出一壶好茶，通晓茶文化，必定使茶店增色，增加人气，提高销售。然而，那么到底是什么原因，造成茶艺员缺稀的状况呢？

“茶艺员流动性较大，这对茶

馆发展或是经营上来说是有有一定影响。”养心斋负责人说。据了解，由于在茶馆消费群体的高端性，同样茶馆对茶艺员的要求也相对较高，而培养一名从泡茶、识茶、向客人推荐品茗相关知识的合格茶艺员，至少需要半年以上的时间。

在贵阳市，很多茶馆都开展了茶艺员的培训，但培训出来的茶艺员，在同级技术水平上却参差不齐。记者调查了解，学习茶艺的大都是年轻人，大部分是根据自己兴趣爱好来从事，加上社会对行业关注度也不多，茶艺员的职业在贵阳市也并不属于主流行业。“开始觉得挺新鲜的，在熟悉整个流程以后，又觉得很单调，加上自己才毕业，想趁年轻想多尝试更好更适合自己的职业。”曾经做过茶艺员的小周对笔者说。

一位常年从事茶馆茶艺人员培训的负责人告诉记者，就算培养出了茶艺人才，却留不下来，同样成为阻碍贵阳市茶馆发展的障碍。

“茶艺员流动性大，这使得一些茶馆不敢投入太大的成本在茶艺人员的培训里，全市茶馆经营这么多年，培养出去的茶艺员不下3000人，但一直做下来的茶艺员人数只占总人数的30%”。贵州省茶叶协会副秘书长徐嘉民说。

茶艺员是需要丰富的茶文化知识、对美和艺术的鉴赏、对不同茶类的识别和冲泡，茶的所有内涵都要通过人来表现。茶艺包括：选茗、择水、烹茶技术、茶具艺术、环境的选择创造等一系列内容。徐嘉民认为，培养一名合格的茶艺师，不仅要靠政府的大力培养，更主要的还是自身的努力和对不同的茶文化进行钻研。可喜的是，茶艺师已是劳动部门认定的专业职业之一，随着茶产业不断发展和茶文化的普及，茶庄、茶厂配备茶艺师很可能成为行业标准强制推行，而对中高级茶艺师培养和挖掘，早已成为许多茶馆对寻求茶艺人员的一致共识。

名家名壶 紫砂 茶叶茶具 协办

地址：北京市宣武区马连道茶城二楼南区 电话：010-63344125 63342988
江苏宜兴中国陶都陶瓷城公园西路229-231号 电话：0510-87187666

刘小酩：紫玉金沙入梦来

中国宜兴丁蜀的山水风物，千百年来一直以她多姿多彩吸引着茶客文人的目光，并留下了令人难忘的美丽故事。而今，刘小酩正是地道的本土人民，以活脱脱的生活体验和艺术的感悟以及从研究的角度呈现出《酩壶印象·刘小酩解读曼生十八式》。

刘小酩的“酩壶创造”的与众不同在其用工之勤，用工之专。他竟以“求知求真”的心，在数十年的紫砂之路上求索探究、案头拿捏。仅凭此十年磨砺的精神，便足以令我辈折服赞叹。《酩壶印象·刘小酩解读曼生十八式》真实地呈现了一个艺术家对紫砂之道的感受与热爱。透过这件件精品得以重新认识体察，闪烁着他对紫砂的真爱。

在《酩壶印象·刘小酩解读曼生十八式》中，他对茗壶有着独到的理解和再现。他没有停留在仿制了千百次的茗壶的陈式，他不是为了复制，而是为了更深刻地理解，更是为了研究。因而方会有谭泉海、毛国强、赵绪成、萧平、孙少斌、苏云海等名家“题铭”兴经“名手”“刻饰”壶身，可谓“藉字饰壶，藉壶抒怀”。

席勒把真正的艺术创作分为感性行动、形式行动和游戏行动。独具匠心使刘小酩有了艺术必须的感性行动，独自の学术思考有了形式的行动。而后他在用砂土完成创造的时候，便有了全身心的投入，天真烂漫的让心灵充分自由的游戏行动。没有这种行动，艺术家是很难将曼生壶作为一种独特的审美对象，如此完美动人地呈现在大家面前。因而，在艺术研究中，经典与典范是一个不可回避的课题，而这与艺术发展的高度与深度有着十分重要的因果关系。

刘小酩对曼壶的研究本身是一个确立与发现的过程，在当下，我们不是研究多了，而是太少了。刘小酩正是建立在这种研究基础上的理性精神下对曼生壶的认识体会和探索实践的。这是把一个系统的研究对象进行全面而又系统地研究。可以想象他是经历了数年的理性精神和研究过程下的结果。细细想来，这是一个相对漫长而又艰辛的过程，这正说明艺术家作品的传统与当代性、以及探索与创造性的契合有着它的必然性，呈现出让人刮目相看的精神价值，从而使得他的紫砂艺术发展迈向当代形态的光彩道路。从这种意义上说，刘小酩已经深刻领悟到不是创造出足够数量的作品，而是不断求索与研究，出新与创造出精真可誉的紫砂艺术精品。

(丁飞 李马成)



茶与健康

每天喝多少茶为宜

茶作为一种大众化的饮料，一天饮用多少为合适呢？这要因而异，取决于每个人的饮茶习惯、年龄、健康状况、生活环境、风俗等多种因素。一般健康的成年人，平时又有饮茶的习惯，一日饮茶6克-10克之间，分2次-3次冲泡是适宜的。居住在西藏等高原地区的

人，一日饮茶20克-30克也是不多的。对于体力劳动量大、体能消耗多、进食量大的人，尤其在高温环境，或接触有毒物质较多的人，一日饮茶20克左右也是适宜的。食油腻食物较多、烟酒量大的人，也可适当增加茶叶用量。孕妇和儿童饮茶量应适当减少。

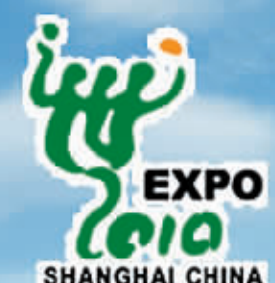
喝茶后应及时漱口

牙釉质怕酸，牙釉质被磨耗酸蚀之后，牙本质暴露，暴露面积愈大，酸痛越明显。牙釉质全部磨损则可发生牙髓疾病。

包括橙汁等在内的一些饮料及茶是牙釉质的“天敌”。茶中含的茶多酚、茶多糖、茶色素、茶皂素、

咖啡碱之药用价值虽然很高，可研究人员经过对草药茶的酸度进行测试后发现，许多种草药茶的酸性都足以腐蚀牙釉质，其对牙齿的损害程度甚至是橙汁的3倍，所以，喝茶后应及时漱口。

(司徒咏英)



热烈祝贺“雾里青”入选上海世博会

喜逢2010世博会在上海举办，雾里青成为2010世博会限量版茶品。每150克雾里青按原价出售仅888元，采用景德镇青花瓷罐印有世博会标徽图案，世博会水印防伪技术，限量供应，超值珍藏。请到全国天方茶苑专卖店购买。

咨询电话：0566-6028255



每罐150克