

四川春茶“迟到” 量少价涨

清明前后或将迎来采销旺季

□本报记者 李艳 文/图

开春以来，四川主要茶叶产区陆续进入春茶采销旺季。今年春茶的上市情况如何？市场供应情况如何？

近日，记者走访了解到，今年前期受低温天气影响，茶芽发得迟，春茶采摘推迟将近 20 天，名优茶产量减少约 3/4。但目前适宜的气温快速催生了茶芽生长，产量稳步上升，主要以独芽、一芽一叶为主，鲜叶价格均高于往年同期。当下，茶农、茶商和茶企正瞄准时机让春茶变现。

**名优茶产量减少约 3/4
鲜叶价格上涨 30%—40%**

日前，雅安市名山区的 40 余万亩茶园进入采摘期，漫山遍野的茶树迎着春光吐露新芽。茶农穿梭于茶树间，熟练地采摘新茶，到处洋溢着春茶收获的喜悦。

在雅安市名山区中峰镇四岗村蒙顶山皇茗园茶叶种植基地内，茶树层层叠叠，生机盎然。“目前正在采的是春茶，采摘一般都会持续到清明节。”对于今年四川春茶的采销情况，四川省蒙顶山皇茗园茶业集团有限公司相关负责人杨大伟称，受低温影响，今年名优茶产量比往年有所减少，雅安多个茶区从 2 月底 3 月初才开始陆续进入采摘生产。同时受突然陡升的气温影响，使得茶叶生长期短，产量减少了约 3/4。

“茶叶在春天刚刚发芽时，长得很快，今天是芽头，明天可能就是一芽一叶，所以最好的嫩芽头就要抢采。”四川省蒙顶山皇茗园茶业集团有限公司今年种植了 4100 亩茶树，为了抢抓时节采春茶，该公司聘请了大量当地有着丰富经验的茶农前来采摘。目前，茶农一天工作时间在 10 小时左右。“预计今年春茶产量在 60 万斤左右。”杨大伟告诉记者，由于采摘期时间推迟，今年清明前后或将进入销售旺季。

“春茶上市。”细心的市民可能早已发现，在成都大街小巷的茶叶店门口看到这样一块牌子，各品牌畅销的春茶总是被摆在最显眼的位置。近日，记者走访成都多家茶叶店了解到，受鲜叶价格上涨影响，市场各成品春茶价格虽普遍上涨，但涨幅并不大。

“您这边一共消费 1878 元。”在成都红庙子街一家茶店内，消费者张先生最终选购了春竹“1878”该款茶叶，零售价为 1878 元，净含量 210g。在琳琅满目的商品中，能够在十几秒成功抓住消费者眼球的，必定是包装。包装也是消费者对品牌

形象最直观的印象，但价格往往偏贵。“一般买礼盒装主要还是送人，毕竟有设计感的包装会更显档次。”该门店销售人员告诉记者，大部分进店消费的消费者还是以买散装茶为主。

记者在店该散装茶价格表上看到，甘露价格从 78—238 元/50g 不等，春竹价格从 58—248 元/50g 不等。据销售人员介绍，以售价为 188 元/50g 的玉清峨眉山甘露为例，价格较去年上涨了 10% 左右。

在文殊院竹叶青专卖店门口，摆放着竹叶青与舞蹈诗剧《只此青绿》共同出品的联名春茶，精美的包装足够吸引消费者的眼球。“以文化融入产品，用艺术赋能品牌。”竹叶青的工作人员表示，此次品牌携手，将碰撞出茶文化发展的更多可能。

记者在店内看到，售价 2280 元的“论道”礼盒 120g，合计 9500 元一斤，而这并不是竹叶青最贵的单品，“特别论道”礼盒 288g 售价 12000 元，折合将近 21000 元一斤。“今年的春茶卖得挺好，需求量大的时候甚至还要提前预订。”竹叶青工作人员告诉记者。

为何春茶如此受到追捧？春茶，一般指由越冬后茶树第一次萌发的芽叶采制而成的茶叶。因春季温度适中，雨量充沛，再加上茶树经过了半年的休养生息，使得春季时茶芽肥硕、色泽翠绿，叶质柔软。

“明前茶即清明前采制的茶叶，属茶中佳品。”杨大伟告诉记者，由于明前茶受虫害侵扰少，芽叶细嫩，色泽香幽，味醇形美，加之清明前气温普遍较低，发芽数量有限，生长速度较慢，能达到采摘标准的产量很少，所以一直有“明前茶贵如金”的说法，价格比稍晚时节采摘的贵。

记者在采访中了解到，消费者的采购渠道主要有三种，一是到茶叶原产地直接购买；二是通过朋友推荐购买；三是在线上购买。值得注意的是，目前很多茶企已经将直播间放到了田间地头，无论是从茶叶的渠道、价格还是消费场景都发生了很大变化。

“直播带货是一个很好的方式，可更直观地进行品牌信息透出、产品、品鉴体验展示，但网络上品质参差不齐，我还是更喜欢到线下购买，看得见、尝得到。”作为资深的茶友，每年春节后，马女士就会密切关注各地春茶开采和上市时间。对于春茶的辨别，她也是有自己独到的见解。

明前茶如何辨新旧？

首先看外形，春茶的叶子一般裹得较紧，显得肥壮厚实，有的还有



较多毫毛，色泽鲜润，香气浓郁而新鲜。夏茶和秋茶则叶子松散，颜色暗，香气平和，与春茶有很大区别。其次看汤色，茶叶在贮藏过程中，构成茶叶色泽的一些物质，会被缓慢分解或氧化，使绿茶的色泽变得枯灰无光。而隔年茶，则会使绿茶汤色变得黄褐不清，失去原有的新鲜色泽。此外，春茶冲泡时茶叶下沉较快，香气浓烈持久。

**以品质打造品牌
助力川茶出川**

茶产业是四川省委、省政府高度重视、大力扶持的特色优势产业和农民增收的骨干支柱产业。四川作为茶的发源地，历史悠久，是产茶大省。“川茶”作为四川向全球展示的文化名片，近年来，川茶在品牌建设方面取得了一些成绩。产茶历史悠久，茶区自然条件适宜、茶树品种丰富、茶叶产品种类丰富、茶叶生产成本低等都是川茶发展的优势。

“中低档茶产量过大，而品质好的高档茶和适销对路的特种茶产量还不小。茶叶产品多是以散装形式低价卖给省外商贩，而缺乏自己的品牌和包装。”杨大伟告诉记者，目前川茶的发展短板中最突出的还是“区域品牌叫不响”，不善于培育茶叶品牌，大多企业往往只重视一般产品的销售活动，导致市场竞争力弱、市场占有率低。此外，茶叶利用率低，其附加值不高也是川茶发展所急需破解的难题。

如何推进川茶高质量发展，怎样让川茶能在市场上保持强劲的优势和竞争力？

“只要品质稳定有保证，茶叶作为一种快销产品，有望通过提高复购率和口碑积累来增加竞争力。”杨大伟认为调整发展思路很关键，要扩大茶园面积转到提质增效上来，持续在基地改造、主体培育上下足功夫，进而做强做大川茶产业，变产茶大省为茶业强省。其次是打造品牌，增加茶叶附加值，提高川茶的知名度，促进川茶消费。

对川茶未来发展和市场需求，杨大伟认为茶叶品质将逐年提升，中高端茶叶将受到更多消费者青睐。

深入推动四川由茶叶大省向茶业强省和农业强省跨越，做双轮运行机制的探索者和实践者。“我们以打造‘茶业投资平台、茶叶贸易平台’两个平台为战略定位，把茶产业、茶科技和茶文化作为着力点，着力打造四川茶叶产业航母、茶叶品牌旗舰。”四川蜀茶实业集团有限公司相关负责人告诉记者，公司致力于川茶品牌孵化、“茶+”科技创新、

新式茶饮开发等手段，助推川茶产业发展、打造新川茶品牌、提高茶农收入水平，让小小的一片茶叶成为乡村振兴的支柱产业之一。据了解，公司共拥有 3 万多亩优质茶叶基地，鲜叶采收覆盖 20 多亩茶叶基地，自有品牌产品 60 余种，运营 10 家体验网点，并代销全省名优茶叶品牌 110 多种，研发“茶+”科技产品 10 余种。

**助农增收
小茶叶有“大作为”**

据《2021 年中国茶叶市场消费报告》指出，中国茶产业经济保持了二十余年的持续稳定增长，不仅为中国消费经济的发展作出了重要贡献，也在各地的乡村振兴进程中发挥了重要作用。

远处丘陵起伏，近处茶林青翠。雨后的雅安市名山区中峰镇海棠村，不时飘来的茶叶清香沁人心脾。

茶园里，一行行茶树抽芽吐绿，生机盎然。随处可见茶农身挎茶篓，手指不停翻飞，将嫩绿新芽采摘下来。“我们每年会收春夏秋冬三个季节的茶，每个季节以及每种茶的收购价格都不同。这几天我们采摘的春茶主要是叶尖部分，价格 120—130 元不等，虽然产量比往年少一些，但鲜叶价格上去了，总体与去年差不多。”雅安市名山区中峰镇海棠村茶农张训家今年种植了 7 余亩茶叶，他告诉记者，如今，茶叶种植已成为农民增收收入的重要途径之一。

“种茶叶好啊！”茶农张训正在采茶，速度快但也很仔细，确保了每一颗茶尖都近乎完美。“以前没人来收茶叶的时候，就经常担心怕卖不出去，烂了可惜了，现在专门有人来收，我们也种得放心。而且我们这里的茶品质好，都是手摘的，价格卖得也好，自然日子越过越得意。”

茶农张训不仅自己种植茶叶，同时也是皇茗园茶叶种植基地的一名采摘工。“我每年都来这里采茶叶，还带动了村里的村民们一起，一年下来的收入也不少。”茶农张训告诉记者。如今，茶叶产业的发展，让村民实现了家门口就业。

川茶种植区域分布广，在巴中邱家镇索巴茗兰茶叶基地，茶农们同样忙碌着采摘春茶。“以前每年春耕前，基本没有什么活干，年纪大了又不能出远门打工，想挣钱很难。现在在村里发展茶叶种植，基地就建在家门口，让我们在家门口就实现了就业。”正在基地锄草的燕山村村民杨大爷笑着说。

在今年春天，将有更多的茶农因茶增收。

茶知名、品茶思地的新路子，实现“昔日杨村出贡茶，而今飘香千万家”的伟大愿景。

据悉，洛水镇将把杨村茶项目以及产业链的打造与洛水独有的李冰文化等旅游资源 and 天然禀赋相结合，全面打造具有全省乃至全国有影响力的“章洛·杨村”特色文旅品牌，通过一批精品旅游项目的建设带动产业融合发展、产品体系构建、精品线路打造、旅游公共服务提升、智慧旅游体系和营销体系构建，将洛水镇旅游发展建成集文化体验、生态度假、避暑休闲、运动养生于一体的“生态精品休闲度假旅游目的地”，带动群众致富增收，实现乡村振兴。

前 2 月 四川电子商务揽金突破 6000 亿元

同比增长 5.9%

本报讯（记者 赵蝶）记者昨日从四川省商务厅获悉，2022 年 1—2 月，四川省电子商务保持平稳增长，全省实现网络交易额 6059.9 亿元，同比增长 5.9%，其中网络零售额 1188.3 亿元，同比增长 5.9%。在网络零售额中，实物型网络零售额 667.7 亿元，同比增长 7.3%，服务型网络零售额 520.6 亿元，同比增长 4.1%。农村网络零售额 329.4 亿元，同比增长 14.3%，农产品网络零售额 82.1 亿元，同比增长 34.8%。

从市(州)电商发展来看，网络交易方面，成都、绵阳和内江分别实现网络交易额 4112.5 亿元、503.0 亿元和 128.7 亿元，占比分别为 67.9%、8.3%和 2.1%，位列市(州)前三；网络零售方面，成都、乐山和绵阳分别实现网络零售额 831.7 亿元、56.3 亿元和 46.7 亿元，占比分别为 70.0%、

4.7%和 3.9%，位列市(州)前三；实物型网络零售方面，成都、绵阳和德阳分别实现网络零售额 496.3 亿元、32.5 亿元和 21.9 亿元，占比分别为 74.3%、4.9%和 3.3%，位列市(州)前三；服务型网络零售方面，成都、乐山和绵阳分别实现网络零售额 335.4 亿元、40.0 亿元和 14.2 亿元，占比分别为 64.4%、7.7%和 2.7%，位列市(州)前三。

从行业电商发展来看，实物型网络零售中，食品保健、3C 数码和服装鞋包居实物型行业前三，分别实现实物型网络零售额 184.2 亿元、111.0 亿元和 79.6 亿元，占比分别为 27.6%、16.6%和 11.9%；服务型网络零售中，在线餐饮、在线旅游和生活服务居服务型行业前三，分别实现服务型网络零售额 173.5 亿元、165.2 亿元和 68.2 亿元，占比分别为 33.3%、31.7%和 13.1%。

相关新闻

前 2 月 成都电子商务实现交易额 3645.65 亿元

四川省电子商务大数据中心数据显示，2022 年 1—2 月，成都市电子商务保持平稳增长，全市实现电子商务交易额 3645.65 亿元，同比增长 4.34%；实现网络零售额 831.71 亿元，同比增长 5.51%。

1—2 月，网络零售额中，实物型网络零售额实现 496.33 亿元，同比增长 8.42%，服务型网络零售额实现 335.38 亿元，同比增长 1.47%；实物产品网络零售中，食品保健、3C 数码和家装家居实

物型行业前三，占比分别为 23.39%、15.85%和 14.26%；服务产品网络零售中，在线餐饮、在线旅游和生活服务居服务型行业前三，占比分别为 35.19%、29.55%和 14.19%。

1—2 月，成都市农村网络零售额实现 156.04 亿元，同比增长 10.41%；其中农村实物型网络零售额实现 74.14 亿元，农村服务型网络零售额实现 81.91 亿元。全市农产品网络零售额实现 53.83 亿元，同比增长 38.63%。

□本报记者 马工枚 文/图

在北方及南方部分地区，在空气干燥的冬季或是空调开开的夏季，加湿器正在逐渐成为改善家居生活环境的必备产品之一。

2021 年中国加湿器零售规模 21.9 亿元

据中商产业研究院发布的《中国加湿器行业市场前景及投资机会研究报告》显示，加湿器整体的市场规模维持稳定增长，2021 年中国加湿器零售规模 21.9 亿，同比增长 15.8%，零售量 1336 万台，同比增长 9.6%。其中，超声波加湿器零售额占比达 75.4%；纯净型加湿器零售额占比达 24.6%。分平台来看，平台电商为主要的线上零售平台。

“加湿器主要是小范围内，让你所在的空间环境湿润。”某品牌加湿器商店的店员小陈介绍，加湿器种类一般可分为超声波型加湿器、直接蒸发型加湿器、电热型加湿器、高压微雾型加湿器、蒸汽型加湿器等。其中高压微雾加湿器和蒸汽型加湿器主要应用于工业上。“冬天、夏天开空调频繁时，通常购买加湿器的消费者就会变多。”销售员小陈根据以往销售经验总结。

如何选好用好加湿器？ 消委提示：不要随意添加精油、消毒剂

目前市场上加湿器品牌众多，价格差异明显，且商家通常宣称此类产品功能强大，令消费者在选购时眼花缭乱，为帮助消费者科学合理选购适合的加湿器，通过对 25 个加湿器样品比较试验，消费者协会提示，消费者在选购加湿器产品时应注意查看产品铭牌标识和使用说明书、应结合使用环境的大小选择加湿量合适的加湿器、购物后要注意索要并妥善保管购物凭证，合法有效的购物凭证是维护合法权益的有效证明。

同时，使用加湿器时，一定要自己阅读加湿器说明书。用水用电时注意用电安全。定期更换水箱内的水，清洗加湿器滤网等配件，避免细菌滋生。加湿器的水最好每天换一次，加湿器里需要放硬度较低的软水、纯净水或者凉白开。尽量不要加入香薰、消毒剂等添加剂，香薰可以改变空气气味，但不能改善空气质量，而且对过敏人群容易引发病症。注意定时通风，长时间使用加湿器会导致室内环境湿度过大，反而不利于人体健康。建议开两小时可以关闭一段时间，并适当开窗通风。需要注意的是，切忌将杀菌剂倒入加湿器中。

加湿器不是香薰机

香薰机是近年来流行的一款现代家居小型电器产品，用以减压助眠、清除异味，有些酒店和商店等公共场所亦会放置。据了解，香薰机是通过陶瓷雾化震荡片的高频震荡产生水雾，风扇将雾化的水以及精油通过出风口吹散到空气中，使空气充满香味的器具。

那么，同样具有雾化作用的加湿器和香薰机，是同一种家电不同的名称吗？其实不是。香薰机与加湿器外观看上去相似，但功能与材质有着显著区别。香薰机主要功能是扩香，加湿器的主要功能是加湿。香薰机出雾量小，颗粒细腻均匀。加湿器出雾量大，颗粒大且重。香薰机震荡频率高于加湿器。因此，在实际使用加湿器或者香薰机过程中，对于往里面添加什么需要小心谨慎。

空调房里如何选择加湿器？



2022 什邡市古蜀八大名茶——“杨村茶”品牌线上惊艳亮相

□本报记者 高明山 李鹏飞

杨春山悦品好茶，章山洛水续古蜀。3 月 26 日，2022 什邡市古蜀八大名茶——“杨村茶”品牌线上亮相仪式在位于四川什邡市洛水镇的李冰纪念馆拉开帷幕。

鲜茶采摘活动、产品推介……活动现场，杨村茶—杨春山悦的品牌进行了发布。四川有叶生态农业科技有限公司相关负责人表示，先期将着力打造本土化品牌——“章洛

杨村茶”“杨春山悦”，对标乡村振兴目标、方针、要求，以好茶新品牌的体验使杨村茶品牌在川内乃至全国崭露头角，以产品多元化形式宣传当地乡风文明打造什邡名片，通过主线品牌辐射打造更多农旅项目助力洛水农旅产业兴旺。

活动中，汪闵分析介绍了川茶发展趋势和杨村茶优势及发展前景。四川省茶科所还与洛水镇签订了战略合作协议，提供技术和策划等方面服务，助力洛水杨村茶发展。

彭良指出，此次杨村茶品牌线上亮相，既是什邡市贯彻落实四川省委省政府纵深推进“川茶振兴”等重大战略部署的实际举措，也是什邡市加强农业品牌化，推进农业现

代化的一个缩影。他希望洛水镇以龙门山旅游带什邡半山片区发展为契机，充分发挥中心镇的辐射带动作用，大力发展品牌农业、森林康养、乡村旅游等新业态，全力打造以乡村振兴、以村促产、产村相融、宜居宜业的美丽乡村。

现在，山中茶园面积接近 2000 亩，其中，出产名茶（杨村雀舌、毛峰）的优质茶园接近 500 亩。现在，“杨村雀舌”注册为“阳春雀舌”商标。

洛水镇党委副书记、镇长廖兴林表示，近年来，洛水镇大力实施乡村振兴战略，积极做好龙门山旅游带什邡半山片区发展规划，构建“一带两心”的产业布局，将进一步擦亮杨村茶金字招牌，走出一条闻