

中茶
厦门

改革精神驱动下的“海堤范”

数十年坚持以市场为导向,不断创新研发升级“全茶系”

晨报记者 谢晓婉
通讯员 谢陈抒

7月4日,一支浩浩荡荡的队伍在永春县坑仔口镇魁斗村的盘山路上体验着高山与险峻。这是中茶厦门公司的一支经销商队伍,他们奔赴的目的地是中茶海堤位于永春的有机茶叶基地。

在人迹罕至的有机茶叶基地,一场“中茶乌龙茶事业部(海堤)庆祝改革开放40周年客户年会暨新品订购会”活动打破了这里常年的静谧。就在这片有机茶园里,来自全国各地的400多名中茶海堤经销商亲身体验海堤几十年来的坚守与革新,以及在创新驱动下属于中茶厦门自己的“海堤范”。

以市场为先导的“排头兵”

1954年,中茶厦门公司的前身——中国茶业公司福建省分公司厦门办事处成立。作为全国乌龙茶统一出口销售企业,中茶厦门挑起了“外汇兑换”的历史使命。与此同时,在水仙路28号,“海堤”牌开始伴随一代人成长,“酱油色”的海堤茶就是人们心目中的厦门味道。

改革开放以后,越来越多民营企业开始抢占茶叶市场,竞争日渐白热化。在这样的背景之下,不少国有企业陷入困境。而中茶厦门坚守茶叶质量安全理念,依据国际市场质量要求生产产品,国际订单一次次取得突破,也挨过了艰难的竞争岁月。

“正因为较早和国际市场接轨,我们的市场意识更强一

些。”中国茶叶有限公司总经理、中茶厦门公司董事长王贵卿表示,在国际市场遇到瓶颈时,企业从以出口为主转型为开拓国内市场,依照欧盟的生产标准,以闽南和潮汕地区为核心区域拓展,以广东、福建、浙江、江苏、上海、山东的沿海城市为重点,逐步向内陆城市拓展,稳步推进专卖店布局,在东南拉起一张“弯弓”。

品牌意识和质量安全意识让中茶海堤在开拓国内市场时站位更高。像永春县魁斗村莉芳茶厂所在的有机茶园,海堤就不遗余力去“圈地”。因此,在国内市场争夺战中,海堤茶叶以“百姓喝得起的放心茶”迅速圈粉,成为茶企明星。

敢为天下先的“革新人”

“就是因为走市场化道路,走改革创新道路,海堤才得以生存。”中茶厦门公司负责人、副总经理陈志雄说,市场化道路,其实就是要看老百姓喜欢喝什么茶。

在2005年的战略调整中,中茶海堤的产品线逐渐从低端向中高端、高科技含量转型,从原来散装向中高档礼盒转型,推出新版大红袍、老枞水仙等。作为海堤创新的标志性产品,“海堤红”谱写了自己的传奇。

2008年,在昂贵的“金骏眉”将红茶价格抬到令人咋舌的情况下,中茶

厦门着手研发适合百姓的高端红茶产品。那时,为了拼配出完美的好茶,全国各地的红茶样本几乎全部进入中茶厦门研发中心的样本库。

2009年9月,酝酿已久,由几十种茶拼配而成的“海堤红”终于揭开神秘面纱。这款茶叶,在香型、韵味、外形、品质、耐泡、甜度等方面几近完美,与“金骏眉”的高高在上不同,“海堤红”带着“海堤血统”的亲合力,价格只有“金骏眉”的三分之一,很快地融入百姓市场。

“海堤红”被海堤人亲切地称为“自家闺女”,它深深地烙上了“海堤制造”的印迹,是中茶厦门第一款自主研发的红茶单品,同时也是不产茶的厦门岛出产的第一款茶叶,因而也被称为“厦门女儿”。



经销商积极抢订中茶海堤新品。



中茶海堤推出新品“金锁匙”。

永无止境的“进取者”

除了供应给老厦门熟悉的“酱油色茶”外,海堤还不断创新研发出适合80后、90后、00后的各种茶类产品。不管是外包装还是口感拼配,海堤的“全茶系”覆盖了老中青三代,并且不断进行产品升级。

永春佛手,一个只长叶子不结果的品种,其茶叶内涵物多、营养价值高,却在众多茶叶产品中

被埋没了光彩。如何“激活”

它的内涵物?海堤经过8年反复实验,利

用发酵工艺,制作出新的“明星产品”——海堤金花香橼茶。这款产品一面市就得到市场广泛认可。

随着人们的生活水平的提高和科技改良,海堤对茶叶产品的挖掘又提出新要求,几乎对各个茶叶品种都进行变革。“品味、安全、环保、健康,只要是百姓关心的,我们就要按最高要求做。”王贵卿说,以市场为导向,服务消费者,按消费者要求生产改造,中茶厦门锐意进取的“改革精神”为企业的快速发展保驾护航。

相关链接

中茶海堤
再出新品

以创新驱动发展的海堤茶叶,在改革开放40周年之际,推出四大系列创新产品。据了解,四大系列涵盖国饮系列、岁月系列、革新系列以及改革开放四十周年纪念产品。

“国饮中茶”象征着“中国品质”及“中国形象”,造就“中国茶饮”的地位——国有大事,必有中茶。“岁月系列”则以具有年代感的22年陈老乌龙、弥陀岩老枞水仙、金牡丹等为代表。“革新系列”中的金花香橼、金花香橼茶伴礼包等则是海堤创新的明星产品。而金锁匙(改革开放四十周年纪念版)以中国风的传统金锁匙为主设计元素,采用版画式插画,体现了历史和现代的融合。插画内容以改革开放40年来建设历程为叙述轴,表达了对祖国日益强大的喜悦及愿景,红金搭配展现了对改革开放40周年的欢庆喜悦之情。