

安吉白茶产业发展的共富逻辑

□吴剑

如果说“茶圣”陆羽在湖州写《茶经》、宋徽宗在《大观茶论》首提白茶是安吉白茶的千年文脉，神奇的北纬30度是安吉白茶的地缘优势，那么“有为政府+有效市场”“母商标+子商标”“单品网店+众品网店”“东部+西部”，则是安吉白茶产业发展的共富逻辑导图。本文通过解析安吉白茶“一片叶子致富一方百姓”的内在规律，总结经验、指导未来。

政府、市场联手育品牌

从1989年在安吉大溪村发现“白茶祖”至今，安吉白茶产业从无到有、从小到大，构筑起拥有“个十百千万亿”规模、横跨一二三产业、产业收入占全县农民年收入四分之一强的全产业链格局。在这个产业生态中，有1座中国茶城、1个白茶小镇、300余家企业、50多个专业合作社以及上千个加工厂和门店，有价值45亿元的区域品牌和500多个子商标，17万亩茶叶基地，年产值达28亿元，全产业链从业人员近20万人。

在安吉白茶产业发展过程中，当地十项举措发挥了很大作用：一是注册区域公用品牌，建立“母子商标”体系，申请原产地地理标志商标；二是成立安吉白茶办和茶叶协会，加强对白茶产业的组织领导和行业自律；三是制定安吉白茶国家标准，规范茶叶种植、加工、包装、销售等环节；四是办理茶园证，为茶农提供原产地证书；五是支持以茶园证质押贷款，解决茶农融资难；六是出台40多项政策，从资金、

土地、人才等方面支持安吉白茶产业发展；七是打造白茶街、中国茶城、白茶小镇，让产业更集聚，销售更通畅；八是设立白茶产业发展基金，推动龙头茶企优化重组；九是开展原产地商标打假专项行动，为白茶产业健康发展保驾护航；十是开设安吉白茶区域品牌天猫旗舰店，解决众多安吉白茶中小会员企业的网上销售渠道问题，在培大育强的同时，带领中小茶企业一起发展。

安吉白茶于2001年经认证成为全国第一个茶叶原产地证明商标，当地首创“安吉白茶原产地证明商标+企业商标”品牌管理模式，即“母子商标”管理模式，鼓励茶农打造个性品牌，着力破解小生产创大品牌之难题。母商标主要用来树品牌形象，子商标主要明确生产者的职责。政府“有形之手”强势营销“安吉白茶”区域公用品牌，市场“无形之手”塑造万紫千红个性品牌。

安吉白茶“母子商标”管

从线下到线上，以先富带后富

伴随着电商企业发展，茶叶销售从线下到线上成为趋势。但网上开店，对资金、人才要求高，许多小微企业只能望而兴叹。为帮助众多小微企业拓展线上销售渠道，2016年在当地政府支持下，安吉白茶协会决定开设“安吉白茶”公用品牌网络销售平台，授权市场主体在天猫平台开设安吉白茶旗舰店。目前，安吉白茶旗舰店已成为安吉白茶众多中小会员企业的重要销售平台之一，入驻“大山坞”“溪龙仙子”等17个品牌108款产品，年销售额达2600多万元，位居全国茶叶公用品牌旗舰

店第一。该平台已累计为中小企业销售安吉白茶10余万公斤，安吉白茶销售额超过8000万元。

靠种白茶致富的安吉农民，不忘先富带后富。2018年4月，黄杜村20名农民党员给习近平总书记写信，汇报村里种植白茶致富的情况，提出捐赠1500万株茶苗帮助贫困地区群众脱贫。2018年至2020年，黄杜村共向湘川黔三省的古丈县、青川县、普安县、沿河县的34个贫困村捐赠“白叶一号”茶苗1900万株，实际种植5377亩，覆盖3省4县1862户贫困户，带领受捐地建档立卡

进一步做大白茶产业，需破解三大矛盾

“一片叶子致富一方百姓”，安吉白茶为县域特色农业产业发展和共建共享共富作出了示范。奋进新征程，要进一步做大安吉白茶产业，必须坚持问题导向、国际视野、共富理念，着力破解三大矛盾。

一是要着力破解做大白茶产业与安吉白茶原产地面

积有限的矛盾，以利益为纽带，让中西部“白叶一号”“认祖归宗”，采取“共富”联合商标、联合“母子商标”等方式，做大“金字塔”基，让白茶产业生态系统更加生机勃勃。

二是要着力破解有限市场和无限产能的矛盾，启动建设中国茶城二期，赋予中国茶城中西部白茶电商孵化总部

理模式，不仅维护了安吉白茶的品牌形象，而且创建了安吉白茶的产业生态。一是各市场主体大显身手，相继培育了“宋茗”“龙王山”“千道湾”“大山坞”等品牌，形成了稳定的金字塔企业与品牌集群。二是创建溯源系统。母品牌使用者必须是安吉白茶协会的会员，必须统一包装，注明生产厂家等。对没有自己品牌的中小茶农，通过加入专业合作社，统一使用合作社商标，合作社对每个社员茶园进行分区编号管理，使市场上每盒安吉白茶都能追溯到生产者，甚至能让老茶客一喝就知道产自那块基地。三是形成上下齐心护品牌的格局。安吉白茶公用品牌价值45亿元，已连续多年跻身中国十大名茶之列。

贫困人口增收脱贫。

为解决安吉白茶异地种植障碍，安吉县累计派出技术人员42批275人次。作为主力军的黄杜村，先后派出35名种茶能手，赴受捐地为当地种植户开展种植、管理培训115次。安吉县还捐赠茶叶加工设备，与浙江茶叶集团提前对接，解决受捐地白茶的炒制和销路问题，为“扶贫茶”注册“携茶”商标，由浙江茶叶集团包销。“携茶”似播种机，播下的是东部带西部、党员带群众的责任，收获的是先富带后富的果实，受捐地越来越多的农户开始种植“白叶一号”。

定位，不断创造需求，培养用户，拓展国际、国内两个市场。

三是要着力破解白茶手工采摘与劳动力成本上升的矛盾，下大力气研制采茶机械，以适应白茶特殊的采摘要求，真正做到采摘自动化、24小时全时段。

作者单位：安吉县茶叶集团有限公司

来稿摘要

钟伟来稿说，近日，省商务厅公布了2022年度省现代商贸特色小镇、商贸发展示范村、公益性农产品市场名单，32个镇（街）、54个村（社）、22个农产品市场榜上有名。

这次评选综合考量了参评单位的基本条件、商贸基础设施、商贸现代化水平、商贸特色发展水平、商贸可持续发展环境等五个维度，108家单位凭借扎实的发展基础和独特的区位优势，荣登榜单，为振兴和繁荣乡村商贸业提供了新样本、注入了新动能。

乡村的发展，要有兴旺发达的商贸服务业作为支撑，建立一个完善的商贸服务体系，是乡村振兴的必由之路。相对城市而言，乡村商贸服务业起步晚、发展慢，“买难”“卖难”现象不同程度存在，成为公共服务领域的“短板”。开展现代商贸特色小镇、商贸发展示范村、公益性农产品市场创建活动，加快构建现代农村商贸流通体系，有利于打通“农产品进城”和“工业品入村”双向流通渠道，实现农村产品与城市商品的有效衔接。

只有形成多种业态、特色鲜明、城乡协调、设施先进、体系完善的现代与特色充分融合的商贸发展体系，乡村才有活力，农民才能共富。在现代商贸特色小镇创建上，要以产贸融合为导向，加快公共流通设施、商业街区和专业市场改造升级，全面推进数字化、智慧化、便利化、网络化配套，形成一个高效便捷的邻里生活圈、社区生活圈，实现基本公共服务全域覆盖。在商贸发展示范村创建上，要以满足农村居民美好生活需求为导向，健全农村流通网络和商贸设施，发展农村连锁便利店和商贸便民服务，打造具有特色、农商融合、城乡融合、宜居宜业的便利生活圈、幸福生活圈。

要把“领雁计划”作为一项战略性、基础性工作来抓，在人才吸引培育、管理使用、评价激励等方面做足文章，培养一批留得住、用得上、有文化、懂技术、会管理的本土商贸人才。要积极实施“乡村职业经理人培养计划”，吸引更多乡贤投身商贸服务业，担当职业经理人，并通过一系列浸润式培养，促使乡村职业经理人成长为懂乡村、会经营、促共富的商贸“CEO”。

命名表彰只是开始。对符合乡村商贸发展条件的项目，应优先给予资金支持。要安排专项资金支持乡村商业体系建设，重点补齐乡村商业基础设施短板，完善乡村物流配送体系，拓宽优化乡村消费渠道，增强农产品上行动能，提高生活服务供给质量等。特别要开展跨境电商、直播电商等职业技能培训，扶持有意愿、有能力发展电商的农民开展网络购物和网上销售。

培育和打造一批现代商贸特色小镇、商贸发展示范村，是全面推进乡村振兴、合力推动共同富裕的必然选择。商贸特色小镇、示范村建设是一项系统工程，唯有全力以赴抓项目、千方百计引人才、做实基础优质服务，形成可持续发展的“领雁”模式，千镇万村才能促振兴奔共富。

发展特色商贸
引领乡村振兴



安吉孝源白茶示范园