

本刊主编：易艳刚

值班责编：刘晶瑶、张书旗

实习生：乔箭宇、田时贤

第35期

微信公号：xhmrxdxw

电话：(010) 63076340

地方名优特产如何创品牌，产业化之路如何走？

“五常大米”对话“大红袍茶”

【编者按】

从黑龙江五常市到福建武夷山市，相距2700公里之遥，而这两个县级市最有名的特产——五常大米和武夷岩茶的品牌价值则比肩而立。

今年5月9日，中国品牌建设促进会在上海发布2018年中国区域品牌(地理标志产品)百强榜单。“武夷岩茶”以693亿元品牌价值排名第五，“五常大米”以品牌价值670亿元位居第六。

虽然同为国家地理标志产品，品牌价值相近，但两地产业发展道路并不相同。五常大米将“稻花香2号”(以下简称稻花香)稻种奉为圭臬，全力打假亮真“求其纯”；武夷岩茶以“大红袍”品牌为先锋，精选肉桂、水仙等名枞“拼其精”。它们凭借“真山真水真风光”，赢得了“好茶好米好口碑”。

带着产业化之路何以不同、品牌价值如何实现等诸多疑问，新华每日电讯记者先后深入武夷山市和五常市，从产品到产业对比溯源，从产业到产权抽丝剥茧，探寻我国品牌农业实现高质量发展的机遇与挑战

本报记者刘荒、李坤晟、程子龙



▲九龙窠上的母树大红袍是传说中的皇家贡品。 本报记者刘荒摄



▲今年6月初，五常市一处稻田。

本报记者李坤晟摄

自古以来，无论什么物件一旦成了“贡品”，就身价倍增。五常大米和大红袍茶亦不能免俗——“慈禧太后的米”“明朝皇帝的茶”等传说，不仅为之增添几分神秘，也让不少消费者掏腰包时，多了一层格外的心理满足。

早已走进寻常百姓家的五常大米和大红袍茶，与传说中的那些“贡品”相去甚远，传承关系脆弱而模糊。两位与其渊源深厚的品牌“创始人”，为记者揭开了它们的“身世”之谜。

明清两代皇后的贡品

据载，1835年，吉林将军富俊组织一些朝鲜族人，在五常地区茫茫荒野上开垦水田，种植水稻。东北黑土地独特的气候环境，赋予五常大米香郁诱人的口感，很快被选为清朝皇室的贡米。

相传，对饮食极其挑剔的慈禧太后，曾多次提起五常大米，以至于“非此米不能进食”。

据五常市壹百垧米业有限公司经理王世明回忆，十几年前一次新米上市，正赶上北京召开全国性重要会议，浓郁的米香赢得与会代表交口称赞。彼时，负责运送24吨五常大米进京的车队，出发前还挂起横幅、放了鞭炮。一时间，五常大米名声大噪。

相形之下，大红袍茶的贡品传说更为久远。明朝一位上京赶考的举人，途经武夷山时突发急症，腹痛难忍。武夷山天心寺一位老僧援手相救，将寺边岩石上采摘下来的茶叶沏泡成汤。举人

不论是田永泰在稻田里闻出来的五常大米，还是陈德华托“大红袍”之名挑选的武夷岩茶，都已衍生出品牌价值数百亿元的庞大产业。

除了一掷千金的豪客，普通消费者并不计较他们喝的大红袍茶并非纯种。因为他们根本不会奢望：喝上传说一年仅产8两的大红袍茶。

与之相反，虽也号称尊贵为贡品，五常大米每年数十万吨的产量，让消费者觉得自己有这个口福。人们担心的是从超市里买回的五常大米不够纯正，甚至认为，市场上买不到正宗的五常大米。

事实上，消费心理的差别折射出了两条不同的产业之路。

都是调与配，际遇各不同

近年，五常大米见诸报端最热门话题是“打假”。五常市现有稻田223万亩，即使按亩产1500斤水稻和70%的最高出米率计算，全年大米产量也不超过118万吨。此前有业内人士估算，市场上五常大米销量超过1000万吨。

抛开与五常大米八竿子打不着的“李鬼”不谈，市面上数量可观的五常大米，其实是“调和米”。这几乎是业界公开的“秘密”。

官方定义的“调和米”分为三类：一是由外地水稻和五常市地产其他水稻调和而成；二是由五常市地产水稻和“稻花香”调和而成；三是由外地水稻和“稻花香”调和而成。

五常市一直希望将五常大米和稻花香2号绑定，不仅打击各种“调和米”，也不鼓励在五常种植其它稻种。据当地一家饭馆老板反映，今年更要求当地餐厅的米饭必须使用稻花香。

“五常大米就等于稻花香。”田永泰力挺自己选育稻种的正统地位。田家在当地经营一家米企，每年靠卖稻花香种子收入不菲。

然而，由于水稻种植面积有限，五常大米产业的天花板显而易见，放开“调和米”的呼声一直都有。业内人士指出，五常大米产业不宜“画地为牢”，应该提升和丰富产品定位，向大红袍茶学习

喝过之后，不药而愈。

后来，这位举人高中状元，专程到武夷山感谢老僧，并请求采制一盒寺边岩茶进贡给皇上。回京后，听闻皇后腹痛成疾，卧床不起，他便献茶给皇后。果然，皇后饮过此茶后病痛立消。

皇上龙颜大悦，赐大红袍一件，命状元到武夷山封赏。状元奉旨来到武夷山九龙窠，命当地一樵夫爬上半山腰，将皇帝所赐大红袍披挂在茶树上。从此，这几株茶树得名“大红袍”，成了年年进贡的珍品。

上世纪70年代，一段有关大红袍茶的外交佳话广为流传。传说，尼克松访华期间，毛泽东主席送他4两大红袍。尼克松一脸诧异，思忖一个东方大国领导人，礼节上居然这么小气。陪同会见的周恩来总理打趣道：总统先生，主席把“半壁江山”都送给您了！

看着尼克松更加迷惑不解的神情，周总理指

着装有大红袍茶的精美罐子说：武夷山大红袍是中国历代皇家贡品，一年只有8两，主席送您4两，正好是“半壁江山”呀！

身世鲜为人知的产品

传说中受封大红袍的6棵茶树，早已成为武夷山最著名的景观。以“大红袍”为名的茶叶，是武夷岩茶中最有影响力的品牌。

据武夷山市茶叶局局长邓崇慧介绍，九龙窠“大红袍”母树已经禁采多年，现在市面上出售的武夷山大红袍茶，主要是以拼配为主的武夷山大红袍。如果从概念上来说，还有母树大红袍、品种大红袍、纯种大红袍以及作为商业品牌的武夷山大红袍等说法。

被誉为“大红袍之父”的陈德华告诉新华每日电讯记者，在武夷岩茶的定义里，九龙窠大红袍即母

树大红袍，和铁罗汉、白鸡冠、半天妖一样属于名枞，照辈分只能算孙辈，还算不上一个品种。

1985年初，时任武夷山茶科所所长的陈德华获悉，一家惠安茶庄制作了名为“大红袍”的小包装茶。他想，大红袍明明是武夷山的茶树，为什么我们自己不把这个品牌做起来？

于是，陈德华从茶科所1万斤茶叶中，精挑细选300斤茶叶，按每盒15克的标准制出1万盒小包装茶，并取名“大红袍”。从此，岩骨花香的大红袍茶一炮打响，大获成功。

“再没有过这么好的大红袍，那真正是百里挑一、优中选优啊！”78岁的陈德华在自己的茶庄对新华每日电讯记者慨叹道。当年，他所精选的武夷岩茶有几十个品种，但除了名称之外，没有一芽茶叶来自九龙窠大红袍母树。

早在1964年，福建省茶叶研究所曾派工作

产业视角：五常米的隐忧和大红袍的从容

如何从6棵母树发展成一个产业。

“五常大米主要是口感好。要说这营养价值，比不上现在一些富硒米。”一名五常市官员称。

也有人认为，不同年代、不同人群的口感都会变化，产业发展要尊重市场规律，将主观的判断客观化，并不利于产业做大做强。

早在10多年前，田永泰就曾建议当地政府发展调和米。“只要标明稻花香的比例，分不同价格，不欺骗消费者就行！”他向新华每日电讯记者坦言，这种意见目前在当地并不占据主流。

都是调与配，际遇各不同。武夷山市对“拼配”大红袍“恩宠”有加。2006年，“大红袍”作为官方推崇的主力，确立了其武夷岩茶中的头牌地位。

彼时，恰逢电视剧《乔家大院》热播，男主角乔致庸贩卖武夷茶的故事，为“大红袍”打开市场造势助力，大红袍真正成为全国茶叶市场的新宠。

很多人并不知道，直到2012年4月1日，大红袍茶才正式通过福建省农作物品种审定，成为一个茶树品种，有了自立门户的“身份证”。

目前，市场上的商品大红袍以拼配为主，是根据不同茶叶品种间优势互补原理，用大红袍、水仙、肉桂等各具特色的优质品种，按照最佳口感比例进行拼配，制作出的大红袍茶。

武夷山市茶业协会会长刘国英认为，过分追求纯种大红袍没有太大意义。九龙窠6株母树大

红袍，本身就是3个不同的品系。后来成为大红袍品种的奇丹，是根据口味从中选出相对最好的一种。可见，现在的纯种大红袍跟九龙窠上的母树仍有区别。何况，“纯种的口感还没有拼配的好。”刘国英对新华每日电讯记者说。

武夷星茶业有限公司是当地规模最大的茶企。公司总经理李方直言不讳：“我们一开始就以拼配为主。”在她看来，拼配才能让当地茶业得到持续性发展，越做越大，否则越做越局限。

“你的茶香，我的水好，通过拼配组合，把所有茶的差距控制在10%以内。拼配是从农业文明进化到工业文明的体现。烟酒都是成熟的拼配勾兑技艺，才能把产业做这么大。”李方向新华每日电讯记者解释。

一枝独秀还是轮流坐庄

目前，五常市24个乡镇，23个种植了稻花香水稻，并制定了5年之内再扩100万亩稻田的目标。

“扩完之后，五常市能种稻的地方基本都种上了稻花香。”五常市农业局副局长王汝壮说。

然而，这种稻花香一枝独秀的局面，也为五常大米产业发展埋下了隐忧。田永泰坦承，即使不断提纯复壮，并不能避免稻种逐渐退化的自然规律。“现在香味有所减弱，但我觉得刚刚好。过去味道太浓郁了。”田永泰向记者解释稻花香种子的退化

后果。他表示说，“未来如果没有接替稻花香的种子，五常大米就不行了。”

虽然当地多家茶业公司一直在努力选育新的品种，但仅有万分之二三的自然变异几率，无疑令这项工作异常艰难。

曾多次发现优秀变异稻种，手上也有稻花香2号的原种的田永泰，被当地政府寄予厚望。在外人看来，他离成功总会比别人近一些。

年事已高，初心未改的田永泰，至今仍坚持定期去试验田选种育种。近几年，他虽然选育出一些新的稻种，但香气口感都不如稻花香理想。

与五常大米不同，大红袍至今仍是武夷岩茶的代表。除了大红袍，武夷岩茶还有水仙、肉桂、奇种以及各名枞……最近几年，武夷岩茶开始轮流坐庄，遍地开花。

目前，武夷山最受追捧的是肉桂，顶级的牛栏坑肉桂已被炒到数十万元一斤。肉桂以不同山场划分，除了最有名的牛肉、马肉，还有龙肉、猫肉、狮肉、羊肉、虎肉、鬼肉、心头肉……消费者不仅可以选不同品种，还可以根据自己的口味追捧不同山场。

武夷山市还有斗茶的传统。2018年武夷山市开展了第十四届春茶评比，这也是第二届“互联网+武夷斗茶”。在这项大茶企通常不愿意参赛的盲评赛事中，越来越多的大众参与进来，对自己的口味有了话语权。

人员来武夷山，剪下九龙窠母树大红袍枝条带回研究。1985年11月，陈德华终于觅得机会通过私人关系，将5株大红袍茶苗从省所“引种”回到武夷山茶科所。此时，母树大红袍才真正“落地生根、开枝散叶”，最终成为前述的品种大红袍，这是后话。

无独有偶，传说中慈禧太后念兹在兹的五常大米，无论稻种还是口感，都已无从考证了。现今“米中翘楚”的五常大米，则与当地一位叫田永泰的老人密不可分。

今年81岁的田永泰对新华每日电讯记者回忆，1991年，他在龙凤山乡的稻田里，意外发现12穗自然变异的水稻。经过两年精心选育，稻种“五优稻1号”终于面世。这种有别于东北传统圆粒大米的长粒米，不仅口感好，做饭也香。五常大米品牌正是从它开始起步的。

2000年，田永泰在“五优稻1号”的稻田里转悠，突然“闻到一阵香气，仔细一找，发现一穴又黑又黄，长有斑点的稻子，竟然连种子都是香的。”他从未见过这么香的稻米。这种稻米口感十分柔软，香气四溢，连叶子和稻花都散发着香气。

屡获幸运之神垂青的田永泰喜出望外，当年入冬就带着500粒种子到海南繁种。后来，种子管理部门依例将之命名为“五优稻4号”，而稻农们更喜欢称其俗名“稻花香2号”。

现在市场上最受热捧的五常大米，就是“五优稻4号”。

毫无疑问，在各自轨道上，以大红袍为代表的武夷岩茶产业之路，比与稻花香绑定的五常大米走得更宽广。

休耕稻田引发的质疑

随着武夷岩茶的价格在市场中日渐走高，越来越多的当地人开始种茶，逐渐从山里种到田里。村民毁林开山破坏了当地环境，种在田里的洲茶更拉低了武夷岩茶的品位。

“目前，武夷山市茶叶种植面积14.8万亩。2008年我们就发通告，没批准不能开茶山。划分了禁开区，非禁开区要种茶要盖8个章。2011年又出台规定，一亩茶田也不许新开。”主管茶业的武夷山市副市长伍洲说。

武夷山市茶产业转型升级发展顾问江书华透露，近年来武夷山市茶山综合整治已达六七万亩。

“我们把道理讲透，老百姓还是理解的。好山好水出好茶！”江书华说。在五常市卫国乡的田埂上，北大仓集团董事长隋照明指着眼前一片休耕的黑土说，“五常大米缺少真正的龙头企业。我们将按欧盟标准，打造中国第一品牌的双季五常大米。”

隋照明介绍，北大仓集团现已流转了15000亩稻田。为了涵养地力，他们计划休耕三年，提高土地有机质含量。目前，土地休耕面积已达5000亩，旨在“真正挖掘出黑土地的价值”。

“一开始，当地有的官员并不理解，质疑我们大面积休耕会引发外界误解五常土地有污染，影响五常大米品牌。”隋照明对新华每日电讯记者说，他梦想把北大仓的五常大米做成法国波尔多酒庄红酒一样的世界品牌。

“我们有最好的土地，最好的米，最好的肥料，用国际标准，让外国人碗中装满中国米。”隋照明豪言道。（下转14版）