

# “普陀佛茶”能否成为舟山统一的茶品牌

海客谈 | 明德

眼下已进入一年中采茶、制茶的黄金时节,可舟山大立有机食品有限公司总经理徐华娅却喜忧参半:分布在桃花岛上的780亩茶树需要采摘,熟练的采茶工仍没有着落;销售方面,作为舟山唯一获国家级认证的有机茶,依然面临着“叫好不叫座”的尴尬(据《舟山晚报》3月24日报道)。独特的海洋性气候,让舟山拥有包括茶叶在内的不少名优特产,明明品质不错,却因规模有限、市场难拓,这恐怕不仅仅是桃花有机茶的苦衷。那么,能否化零为整抱团取暖,组成“联合舰队”去闯海?

## 有机茶,高处不胜寒

大立公司共有“桃花红”“普陀佛茶”和“神珠绿茶”3款有机茶产品,其中“普陀佛茶”的知名度最高。但即使如此,平日里喝的人依然不多。徐华娅将这种现象归结于消费者对有机产品不熟悉,买茶叶时“除了看价格之外,只看包装”,导致产品知名度有限、包装也不够吸引眼球的“普陀佛茶”很难引起年轻消费群体的购买欲。这样说或许有一定道理,但恐怕并未切中要害。事实上,青睐有机产品的人越来越多,而最终是不是选择有机茶,还是消费能力决定的。有机茶对生长环境要求苛刻,空气要符合国家大气环境质量一级标

准,茶园必须与农田、工业等污染源保持1公里开外的距离,种植过程中不能使用任何人工合成的化肥或农药,以上条件少一条就不能叫有机茶。但也正因如此,有机茶的价格比普通茶叶高出不少。而且,茶叶不像人参之类的滋补品只需冬令进补一下子,而是要长年累月喝下去的,消费层次也就更容易拉开。

在全国茶叶总产量中,有机茶只占2%,瞄准的显然是高端消费人群。这原本并不是问题,中国有庞大的茶消费人群,再贵的茶也有人买、有人喝。问题在于,中国是历史悠久的产茶大国,最早的对外贸易中茶叶就占了很大的份额,诸多名茶千锤百炼底蕴深厚早已成为文化符号。相比之下,“普陀佛茶”小荷才露尖尖角,稀稀到琳琅满目的茶市场可谓“高处不胜寒”。品牌知名度尚未形成,市场冲击力微不足道,要让消费者花“大价钱”买名不见经传的舟山有机茶,该有多难!

## 结佛缘,携手做品牌

不止是大立公司的有机茶,舟山所有知名或不知名的茶都会因为规模小、品牌小而“叫好不叫座”。但这并不意味着,舟山茶叶只能自娱自乐而不能香溢四海。别忘了舟山是享誉天下的海天佛国,只要善结佛缘何愁深藏闺中不为人知?

茶文化与佛文化原本就有不解之

缘,而舟山各地的优质茶园又多半与寺庙相伴相随,很容易给观光礼佛的游客“茶佛同框”的观感。假如舟山的茶都能沾上佛缘,并借“南海普陀”之名统一称作“普陀佛茶”,相信会比各取其名更能吸引消费者。每年前来舟山的游客数以百万计,其中香客占有很大的比例。争取让大家品上一口清香扑鼻的佛茶,就会形成可观的广告效应。而随着“普陀佛茶”伴手礼的流行,销路自然就会逐渐打开。

龙井茶并不都是杭州产的,其他地方之所以甘愿放弃取名权,除了技术专利的原因之外,应该更是为了合力做大品牌强化市场竞争力。舟山各地气候、土壤条件并无明显差异,而茶叶总产量本就不高,为何还要独立门户小打小闹?统一品牌联合经营,不但有利于提升质量、形成规模,还可以节约成本、提高效能,何乐而不为?

舟山的茶叶一旦都成了“佛茶”,当然不可能是清一色的有机茶,甚至在品质上也会有高低之分。而只要严格技术标准,加强质量把关,这不仅不是问题,反而是丰富品种、扩大营销的一个契机。

## 平民化,大家喝起来

任何一个茶品牌,大概都是老百姓喝出来的,否则哪来的口碑?看看周围人喝的绿茶、红茶、白茶,多半都是名茶。这不是因为大家都“不差钱”,而是大凡名茶都是接地气的。顶级的名

茶当然会让一般人望茶兴叹,但“总有一款适合你”,让寻常百姓都能喝得起,并随着生活水平的提高而不断往上喝。舟山要做“佛茶”,自然也该“普度众生”,而不能让人喝不起。

眼下,舟山虽然拿不出“天价茶”,但茶叶普遍都贵。只要在网上查一查各种茶叶的价格,相信多数人都不会舍近求远选择网购。舟山的茶叶之所以贵,当然有少而精、品质好的因素,比如有机茶。但更有规模小、成本高的原因,哪怕是不知名的小品牌也卖得不便宜。这样一来,怎能飞入寻常百姓家。

只有改变一家一户的作坊式生产,齐心协力打造“佛茶”品牌,才能形成规模效应,呈现价格优势。大立公司面临的“采摘难”,大概也是各家茶园的普遍现象。要么想方设法从外地雇佣采摘工,要么耗资不菲购买自动采摘设备,无论怎样都是高成本。假如能够规模化运作,成本就可能降下来。采茶季节在梭子蟹旺季之前,完全可以把那些心灵手巧的理蟹工培训成采茶女,这样就不用不着到产茶区去高薪挖人了。既解采茶难题,又助共同富裕,这就是规模化的好处。

统一经营“普陀佛茶”,也应该细化产品层级,既提供老百姓的“口粮茶”,又打造高等级的“极品茶”,满足消费者的多样化需求。如此吃干榨净“一片茶”,经济效益就有望随着品牌效应往上走。果能如此,就大可近水楼台先得月,让大家一起喝起来。

# 景观池 岂能底朝天

点滴录 | 小井

半亩方塘一鉴开,天光云影共徘徊。小小的景观池可以给小区添情趣、增灵气,也是大家当初选房时考虑的环境因素。但事实上,我市不少小区景观池长期干涸,曾经的“卖点”反而成了“乱点”(据《舟山晚报》3月24日报道)。景观池底朝天,既有碍观瞻又浪费资源,该治一治了!

景观池成为“美丽的负担”,原因或许是多方面的,但相比于一些小区游泳池成摆设,物业更加难辞其咎。道理很简单,景观池用水量较小,而且无须频繁换水,只要定期维护就可以了。因此,基本不存在用不起水的问题。无非是,物业多一事不如少一事,而大家的事又没人管,于是就导致“公地悲剧”。

景观池底朝天的小区,业委会多半也是摆设。正因为业委会不作为、不给力,一家一户的业主才无可奈何。而这样的小区并非个别,有关职能部门同样难逃其咎。物业管理不到位,行业管理怎能熟视无睹?现实情况是,业主不能以物业存在瑕疵为理由拒付物业费。如何维权?多半只能靠组织。连景观池都维护不好的物业公司,就得把收费标准降下来。

眼下,我市正在开展城乡环境综合整治。居民小区景观池底朝天现象普遍,一定程度上已影响居民生活质量和城市环境质量,理应在统一排摸、统一治理的基础上落实常态管理。确属设计缺陷难以继的,也要因地制宜落实整改,根据居民意见或改停车场、或改游乐场,就是不能继续底朝天。

细节决定成败,微观之治同样可以反映整座城市的治理能力和治理成效。小区景观池长期底朝天,再不能“看得到的治不了,治得了的看不到”。马上就办、真抓实干,相信源头活水就会汩汩而来。



本版署名文章不代表本报立场 每个人都应有话筒,欢迎争鸣

# “你妈是你妈”该证明时才证明

海客谈 | 月湖

“这些证明,村(社区)不开了!浙江印发最新版清单。”读了《舟山政务》3月22日转发的这条消息,为村(社区)再次减负深感欣慰。从繁重的证明事务中解脱出来,村(社区)干部才有时间更好地为群众办事,包括在必要时证明“你妈是你妈”。

多年来,作为证明事项的代表,“你妈是你妈”颇具争议。为进一步促进村(社区)组织减负增效,提升村(社区)治理和服务能力,省民政厅、省委农村工作领导小组办公室日前印发《浙江省涉村(社区)事项清单(2023版)》,“取消清单”的第一项就是“亲属

关系证明”。但需要注意的是,“办事途径”中注明了“参照民发(2020)20号文件”。按图索骥可以查到这样的补充条款:此项证明,不动产登记情况、公证办理情况除外。也就是说,群众在不动产登记、公证办理中需要证明“我妈是我妈”时,村(社区)仍需开具证明。取消中有例外,体现了科学态度,维护了群众利益。

“你妈是你妈”该证明时才证明,这是一种实事求是。日常生活中,动辄需要证明“你妈是你妈”不仅荒唐,还会让村(社区)干部难以承受。但在利益面前,难保有人不认亲妈或故意认个“假妈”,因而确有必要证明“你妈是你妈”。但这依然不是让村(社区)频繁开具证明的理由,因为有关单位可以通过部门信

息共享、告知承诺、核查申请人有效证件或凭证等方式来解决问题。

特别应该通过“告知承诺”,最大程度地化解人们“自证其妈”之累。不可否认,“自证其妈”会带来诸如冒领存款之类的风险,但这种风险不但是可控的,而且完全有办法补救。为了防止小概率风险而导致证明泛滥,无疑是抓了芝麻丢了西瓜。培育诚信社会,一方面要严惩失信行为,另一方面也要给予公民必要的授信额度和自律空间。连“我妈是我妈”都需要随时去开证明,诚信哪里还有尊严?

事实上,办事难多半在于“证明难”。深化“最多跑一次”改革,就该大规模清理无须证明的“你妈是你妈”,因为这是设在老百姓办事途中的“地

雷阵”,只要踩住一个就没法再往前挪步。而要让村(社区)干部去逐一“排雷”,必然会消耗大量的精力,以至于耽误服务群众的正事。可见,将大量“亲属关系证明”从村(社区)下架,就是为了通过减负增效更好地确保群众利益。

当然,任何事情都不应“一刀切”。不动产登记、公证办理是牵涉到老百姓切身利益的“关键小事”。复杂的亲属关系证明,派出所的档案里往往查不到,这就需要村(社区)干部发挥情况熟、人脉广的优势,不遗余力地帮大家排忧解难。说到底,涉村(社区)事项清单中,无论是“保留清单”还是“取消清单”,抑或是例外的“补充条款”,搭准的都是民生脉搏,维护的都是群众利益。

## 今天您充电了吗? “多读书,读好书,读书好”

## 讲文明 树新风 公益广告



中宣部宣教局 中国文明网