

# “茶迷”盼建十公里绿茶长廊

一市民十几年为日照绿茶鼓与呼,希望将它做强做大

本报记者 吴金彪

“

作为“日照绿茶证明商标”的提出者,匡辉多年来一直在宣传日照绿茶。11月23日,当得知《地理标志产品日照绿茶》被批准发布为山东省推荐性地方标准即将实施后,他连声说“好”。



## □人物介绍

匡辉,1953年10月出生于胶州市,1954年4月随父母到日照。1970年8月到日照机械厂参加工作,1976年被推荐到山东农机学院(现在山东理工大学)学习机械设计与制造专业,曾在东港区工商局、日照市工商局任职。

## 提起日照绿茶 他就精神

“现在假冒的日照绿茶很多,我真是坐不住了!”记者见到匡辉时,他正在会议桌前诉说着在济南时的见闻。今年八月份匡辉在济南茶叶市场几乎找不到真正的日照绿茶,都是“挂着羊头卖狗肉”,卖一些从南方拉来的低档茶叶,制作加工粗劣,混杂在市场内,品质与真正的日照绿茶相差甚远。

匡辉说,济南茶叶市场每

年的绿茶批发量有上万吨,而日照绿茶每年的产量才7千多吨,市场需求量大,“我在想为什么我们不能提高产量,首先占领山东的市场呢?”回到日照后,匡辉一直在思考日照绿茶发展的问题。

“家家冒烟,户户炒茶的分散式小作坊生产必须改变了。”匡辉说,日照绿茶这两年发展迅速,市场占有率也在稳步攀

升,然而相应的品牌建设和市场运营却没有跟上,茶企很多时候是“各自为战”,组织和展示平台亟待完善,参差不齐,“有一次我喝了不卫生的绿茶,还拉了一天的肚子。”

谈起日照绿茶,匡辉似乎有说不完的话。“只要说起日照绿茶我就高兴。”匡辉说,他从小在日照长大,对日照绿茶有一种特别的感情。

## “打造十公里绿茶迎宾长廊”

在匡辉看来,日照绿茶的发展离不开市场,而在日照,“绿茶市场发展又一定要和旅游结合起来。绿茶和旅游都是日照的优势”。

闲暇之余,匡辉喜欢写点东西。2009年9月他写了《加快发展日照绿茶业的建议》,一年后他又写了《借“游”做大日照茶——关于建设“旅游购物城”的调查与思考》等文章。在《借“游”做大日照茶》中匡辉提出了一个大胆的设计,那就是建设规模大、档次高、现代化的以销售

茶叶为主的“旅游购物城”,项目中除了日照绿茶公园外,还有一个十公里的绿茶迎宾长廊,“从日东高速出口的迎宾路至北京路,共有10公里路程,把此路两侧人行道上的银杏树及绿化全部改为大茶树,打造十公里绿茶迎宾长廊。”

匡辉设想:每年有1900万人从日东高速走迎宾路进入日照市,假设有1000万人购买茶叶,每人购0.5公斤,将销售5000吨,按每公斤平均120元的价格计算,销售额可达6亿元,日照茶企不出日

照就能把茶叶销售一空,将会出现供不应求的局面。日照绿茶就会成为香饽饽。

匡辉说,今年8月16日至8月31日,由市委农工办牵头,市工商局,质监局,农业局组成联合调查组,分别对日照、济南、淄博三地的日照绿茶市场进行了实地调查。调查后他参与起草了《日照绿茶市场流通调查报告》,提出规范市场秩序、发展绿茶旅游等建议。

“高兴的是,报告很快得到了杨军书记的批示。”

## 茶叶行里的“外行人”

匡辉坦言,他对绿茶种植技术并不在行,“一不种茶,二不卖茶。”1990年他任市质量技术监督局质监所所长期间,才开始接触绿茶。

然而没过多长时间,匡辉就喜欢并迷上了绿茶,开始不

断地调查、撰写相关的绿茶市场报告,找茶叶企业、茶叶主管部门。

由于长期在茶业圈里“混”,接触市场多,十多年过去了,匡辉俨然成了茶业圈里的“主角”。匡辉说,这些年来,由

于时间比较充裕,他还在茶叶企业间做起了牵线搭桥等日常服务性的工作。

“我也希望绿茶能够早日做强做大。最近我写了一篇有关茶叶市场的稿子,名字就叫《茶叶界的期盼》”匡辉告诉记者。



○开栏语

## “绿茶馆”开张啦!

记者 吴金彪

本报23日报道了日照绿茶有了新标准,《地理标志产品日照绿茶》被批准发布为山东省推荐性地方标准即将实施后,引起了市民的极大关注。

日照绿茶作为日照市的名片,自1966年南茶北引试种成功以来,面积不断扩大,从业人员不断增加,品牌影响力也不断增强,有“江北第一茶”的美誉。

本着为日照绿茶发展尽一分力的宗旨,本报自今日起特开设“绿茶馆”专栏,说说种茶、炒茶、买茶、喝茶的秘诀与技巧,聊聊日照绿茶的保护,以及相关的人物、历史典故……举凡日照绿茶的方方面面,您都可以来电、来函与我们分享。

欢迎到“绿茶馆”做客!本报热线电话:8308110,邮箱:jrz@qlwb.com.cn。