

何为好茶?

普洱茶面临的十大问题

企业专题：景迈山上茶人家

茶区访茶：吃茶双江

好茶

档案

好茶档案

2007年10月

建档号

入档好茶1—36号

新境：茶文化传播机构 策划

《好茶档案》编辑部 编

云南出版集团公司

云南人民出版社

2006年度云南普洱茶大盘点
拿什么拯救你，云南的普洱茶
茶人故事：戎加升
美景茶人：耿羽

为好茶找爱茶人
为爱茶人找好茶

图书在版编目(CIP)数据

好茶档案 / 《好茶档案》编辑部编. —昆明: 云南人民出版社, 2007.10
ISBN 978-7-222-05164-5
I. 好… II. 好… III. 茶—简介—云南省 IV.TS272.5
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 151794 号

(排名不分先后)

顾问单位: 云南省茶叶协会 云南省普洱茶协会 云南省茶叶商会 昆明民族茶文化促进会 云南民族茶文化研究会 云南省茶科所 普洱市茶办 西双版纳州茶办 临沧市茶办 保山市茶办 德宏州茶办

顾问: 赵昌能 朱志安 张志忠 彭 哲 张 俊 李其邦 赵子杰 陈云昌 李文秋 艾 田 周红杰

技术顾问: 邹炳良 李绍中 左成林 陈富贵 杨国强 李建秋 郭远明 邱 辉 戎加升 朱永昌 王熙群 曾云荣 杜春峰 王 霞 赵华琼 黄劲松 罗荣昌 朱卫东 苏向宇 普国忠 杨坚林 叶献谿 张建丽 李友芬 杨加龙 杨秀琼 李 清 张 华 戎玉庭 吕伟英 杜琼枝 杨新源 董国艳 张远来 刘育澄 陈运生 邱如财 陈振辉 萧慧娟 林秋雅 林平祥

总策划: 『新境』茶文化传播机构

主 编: 王美津 曾韵辞

副主编: 汪云刚 相莫罕 杨丽仙 唐 堂

执行主编: 曾韵辞

执行副主编: 张珊珊 梅莲 郭小峰 李鹏飞 李娟红

美 编: 李贵 白飞 张明 王光海 黎正明

责任编辑: 王绍来 朱海涛

责任印制: 施建国

书名: 好茶档案

作者: 《好茶档案》编辑部

出版: 云南出版集团公司 云南人民出版社

发行: 云南人民出版社

社址: 昆明市环城西路 609 号

邮编: 650034

网址: <http://www.ynpph.com.cn>

E-mail: rmszbs@public.km.yn.cn

开本: 889 X 1194 1/16

印张: 7

字数: 80 千字

版次: 2007 年 10 月第 1 版第 1 次印刷

排版: 昆明新境茶文化传播有限公司

印刷: 云南省玉溪印刷有限责任公司

书号: ISBN 978-7-222-05164-5

定价: 10.00 元

尊敬的读者: 若你购买的我社的图书存在印装质量问题, 请与我社发行部联系调换
发行部电话: 0871-4194864 4191604 4107628 (邮购)

萬木茶堂



WANMUCHATANG



热烈庆祝我省第二届茶博会召开！

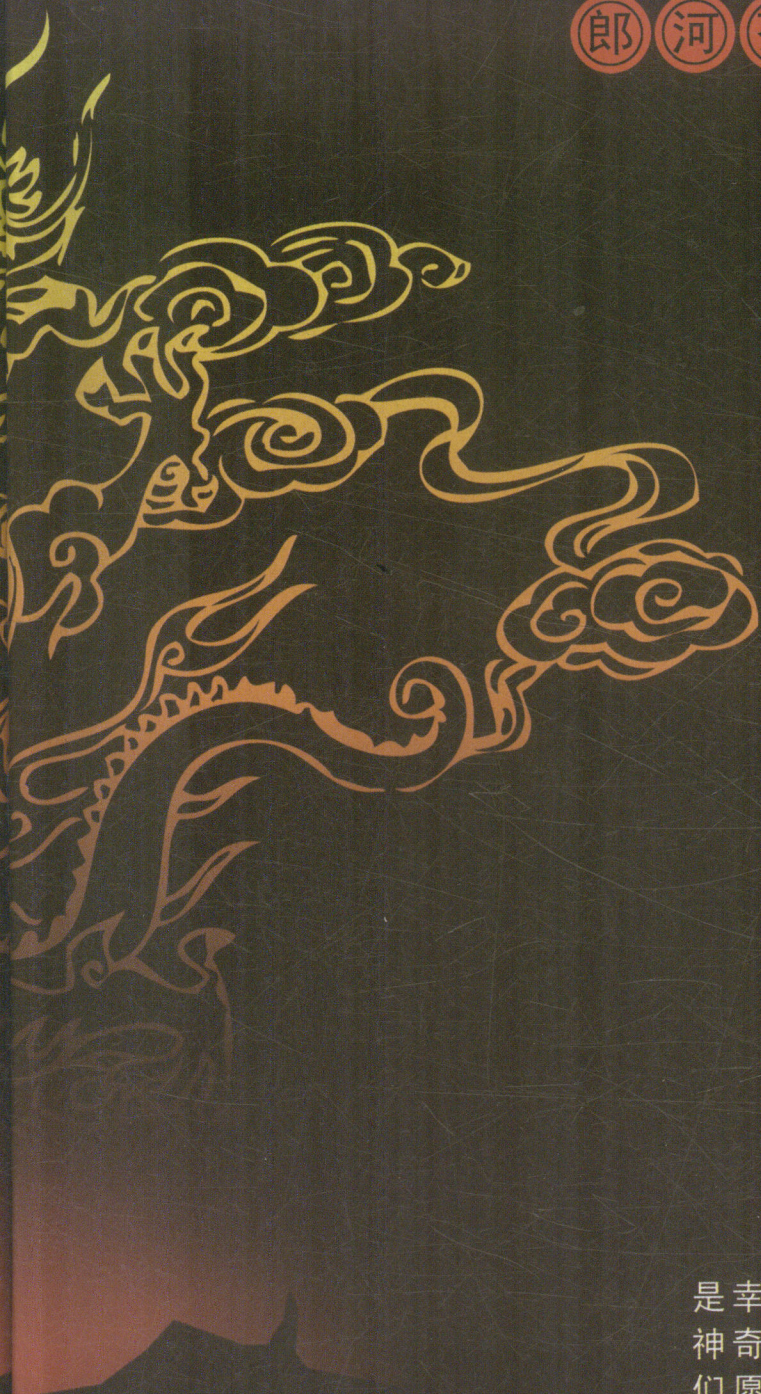


详情请登陆：

www.wanmuchatang.com

普洱之源
郎河经典

云南勐海郎河茶业有限公司
广州郎河茶业有限公司
西双版纳郎河茶厂



郎河，本是傣尼语“格郎和”的音译，是幸福吉祥的意思。郎河茶厂创造的一片片神奇的茶品，正是这一名称的最好注脚。我们愿云南普洱茶带给人们更加美好、更加幸福的人生享受。

郎河普洱您喝过吗？

滄江春水暖·秘境茶意深





勐庫戎氏

—集滄江之美 成陽剛之茶

勐庫戎氏，掌門人戎加升先生的傳奇人生，請關注本書正文。

中國·雲南雙江勐庫茶葉有限責任公司
CHINA YUNNAN SHUANGJIANG MENGKU TEA CO., LTD

《好茶档案》发行网络

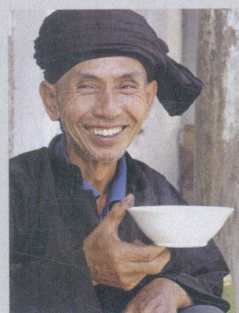


本书发行网络，除昆明、北京、上海、广州、福州、武汉邮政、报刊亭、新华书店系统有售外，[新境]七佳七子饼·好普洱茶联盟各地加盟店、各地茶叶市场重要门市均有发售，欢迎购买，欢迎订阅，订阅方式可与各发行点接洽，或直接致电《好茶档案》编辑部0871-5129378进行订阅。

本书编辑部地址：昆明市金实小区金庄路7号

[新境]七佳七子饼·好普洱茶联盟网罗云南万山好茶，助推广大茶友创业。

加盟咨询热线：0871-5621195，加盟详情请访问[新境]云南普洱茶网www.ynxj.com



目录

卷首语	2
祝贺单位	3
王美津专栏	4
普洱茶面临的十大问题(上)	4
何为好茶	17
何为好茶	17
好茶档案	33
第1号	34
第2-35号	36-70
茶区访茶	72
吃茶双江	72
企业专题	80
景迈山上茶人家	80
茶余饭后	84
婚姻与茶	84
幽默笑话	86
故事一个	88
茶艺五部曲	88
慢生活	91
美景茶人	93
茶人故事	94
拿什么来拯救你——云南的普洱茶	94
龙门茶栈	97
普洱茶热议的几个问题	97
以巴莫特的观点看普洱茶	98
2006年云南茶业大盘点	102
产业动态	104
供求信息	106

好茶档案

卷首语

发国饮之真源，
分茶学之众流；

我坚信，云南这片神奇的土地，不止是世界茶树原生地，也是，也将是世界茶文化中心。

只不过，有很多工作需要我们去
做——《好茶档案》是其一。

现在的市场又有这么个现象，爱茶人找好茶找得很苦，很多好茶又默默无闻，套用一句书店的话——《好茶档案》的另一使命是：

为爱茶人找好茶；
为好茶找爱茶人。

发国饮之真源，分茶学之众流。

我坚信，云南这片神奇的土地，不止是世界
茶树原生地，也是，也将是世界茶文化中心；

只不过，有很多工作需要我们去
做。

——《好茶档案》是其一；

现在的市场又有这么个现象：爱茶人找

好茶找得很苦，很多好茶又默默无闻，

套用一句书店的话：《好茶档案》的另一使命是：

为爱茶人找好茶；

为好茶找爱茶人。

《好茶档案》创刊祝贺单位

(排名不分先后)

云南龙润茶业集团
昆明雄达商贸有限公司
昆明茶马司茶叶公司
海湾茶厂
云南凤临高香茶业有限公司
云南康乐茶叶交易中心
昆明珍茗食品有限责任公司
云南山泉
石林天外天
潞西市勐巴娜西茶业有限公司
潞西市志成茶业有限公司
潞西市新兴精制茶厂
潞西市道坡茶厂
腾冲云丽江山茶业有限公司
云南昌泰茶业集团
勐海县郎河茶厂
黎明茶厂
福海茶厂
西双版纳勐养国艳茶厂
勐海县象山茶厂
勐海县杨记天缘茶厂
勐海县曾氏老茶树茶厂
云南普洱茶(集团)有限公司
澜沧古茶有限公司
云南普洱王霞普洱茶业有限公司
茶王茶茶业有限公司
普洱古普洱茶业有限公司
宁洱永年茶业有限公司
澜沧景迈长宝茶厂
盛世普洱茶业有限公司

镇沅县五一茶业有限公司
普洱市三家村茶厂
墨江哈尼太阳普洱茶厂
普洱市华丰茶厂
云普茶庄
银生茶业有限公司
普洱市茶树良种场
普洱市名特优茶开发公司
普洱市昌云茶叶工贸有限公司
墨江碧玉茶叶有限公司
景东古茶厂
云南双江县勐库镇丰华茶厂
永德县永丰茶厂
永德县新文茶厂
双江县茶办茶技中心
永德县紫玉茶厂
临沧市临翔区普粹茶叶制品厂
云南滇红集团股份有限公司
云南双江勐库茶叶有限责任公司
云南双江勐库大叶种开发中心
双江县沙河乡精制茶厂
马来西亚吉隆坡茶艺协会乡根茶艺中心
紫藤文化企业集团
雅艺茶业有限公司
经典佳茗有限公司
南洋商报
马来西亚海鸥集团
老挝舜之典茶业
韩国熙贤茶业集团

普洱茶面临的十大问题

1

我们爱喝普洱茶。

有普洱茶的时光，
生活平凡的，依然平凡，
但不再乏味。



我们从龙井、铁观音一路走来，
最后皈依于普洱茶。

翻看中国茶业历史，盘点世上所有茶类，似乎没有什么东西能像普洱茶这样身世复杂，现实情况又如此扑朔迷离——

没有英雄的年代，我们需要寻找偶像——
普洱茶大大吸引了全国人民的眼球，但这似乎不是完全原因；
生活可以平凡，但不能乏味——

我的一位画家朋友说：
感谢上帝，赐给我们普洱茶和女人。
但这也不能解释普洱茶的暴热暴冷，时序混乱，只有寒暑，不见春秋；

现在，
秋风萧瑟天气凉，
我们所流连低徊的陈香古韵，
遭遇自古以来未见的种种怪力乱神，
清凉世界似乎成了茫茫红海。

三教九流，人们议论纷纷；
七荤八素，公有理，婆难道无理？

2

虽然，这里列出的10个问题都不是什么根本性的大问题，就像10块石头是无法阻断一条大河波浪宽的——因为，普洱茶的种种好，不怕眼前这一点坏。
但是，真理越辩越明，解决问题的基础是面对现实。

一直以来，我们密切关注几乎所有涉及普洱茶的媒体：网站，电视，报纸，杂志，书籍……一直在普洱、临沧、版纳等普洱茶产区的茶山和企业间行走，我们同时也关注天南海北的市场，甚至国外市场。所以，我们列出这些大家关注的热点话题，“言者无罪，闻者足戒，有则改之，无则加勉”，请各位茶友们发表自己的见解，我们将在《好茶档案》不断探索这些话题——解决了这些问题，我们才有理由相信：

普洱茶明天会更好！
祝福普洱茶！

请发邮件到:xinjing1199@163.com



一、市场问题

“地震” 一词，被很多人用来比喻今年的普洱茶市场。地震之前，人们形容普洱茶市场的中心词是“热”、“乱”。

从火焰到海水，从莺歌燕舞到秋凉乏人，一眨眼的功夫，该发生的发生了，不该发生的也发生了；希望看到的、看到了；不希望看到的、也看到了；虽然“凡是存在的都是合理的”，但区别是：天使有天使的道理，魔鬼有魔鬼的道理。

普洱茶市场的过去种种，现在种种，种种情况都还明摆在那儿，不必费口舌；明天会怎样，大家最关心的以下几个问题：

1. 市场前景：

事实上，作为一个产业，普洱茶远远未形成成熟的消费市场，国内如此，国外就更不用说。2006年，云南普

洱茶产量达到8万吨（2007年7月4日云南省政府副省长孔垂柱先生的报告），而根据2003年的统计数字，国内市场的茶叶消费总量人均超过0.6公斤左右，也就是说，云南普洱茶即便是在2006年，总产量就仅仅是全国总消费量的十分之一左右，还有海外市场呢？——全世界160多个国家20多亿人饮茶！而世界茶业消费量最大的是红茶，占了80%以上！

不必多说，只要没有大规模的战争和瘟疫，人们就需要普洱茶，因为人们需要健康，甚至还需要点文化——多元的文化需求，听说经济全球一体化，但没听说谁在强调文化全球一体化。

仅仅看看互联网对普洱茶的统计数字，就足以说明，普洱茶已经在这几年的风云变幻中得到了人们普遍关注（虽然普洱茶还是像几千年来一样默默无言）！

近几年来，普洱茶热几乎像海啸似的席卷中国大地，消费人群迅速扩大，那么消费人群的数量呈增量是毋庸置疑的，从两大搜索引擎可以看出人们对普洱茶的关注，输入“普洱茶”三个字，就跳出这么多的与普洱茶有关的页面：

网站 茶类	百度		Google	
	网页数(单位:页)		网页数(单位:页)	
	2006年4月21日	2007年9月28日	2006年4月21日	2007年9月28日
普洱茶	52.8万	463.0万	51.9万	252.0万
龙井茶	23.8万	90.7万	18.0万	15.6万
乌龙茶	56.0万	236.0万	75.6万	133.4万

这种数字的变化说明了什么？

毫无疑问，这就是明天辉煌的基础。

所以，普洱茶的市场前景，阳光非常灿烂。

但是，谁都知道，前途是光明的，道路是曲折的。我们的任务，在于把逻辑的可能变成实践的实现。

2. 市场格局：

由于历史原因，一直以来有这样的说法：普洱茶产在云南，销在广东。广东市场的风吹草动，就会引起云南普洱茶的小病小恙，但这个格局以今年6月为分水岭已经在逐渐被打破，芳村作为普洱茶市场老大的地位将一去不复返。6月15日，著名的CCTV采访芳村，一位藏家说：“从现在开始，一克普洱茶不进广东这个市场。那么广东在5年甚至8年喝现在存有的普洱茶都喝不完。”不知道这位老兄根据什么说得这样信誓旦旦——8年，广东人民要喝掉30多万吨普洱茶！云南人民2006年以前的10年生产总和也没这么多。

况且，地球这个大寨子，除了8000万广东人民外，还

有好多好多好多好多好多多人哩！

事实上，普洱茶的集散中心和生产中心正在合一，昆明正在成为事实上的普洱茶集散中心。省外市场的格局也将出现多极，3~5年内，将会是“七星伴月”的市场大格局：以昆明为中心，广州、北京、上海、西安、沈阳、韩国、马来西亚七个大市场，带给普洱茶市场另一新天地。

然而，任何事情都有可能，高速发展的信息技术和物流服务使“七星伴月”成为可能，但天知道，这毕竟只是可能，难说还有更新的，更有效的商业模式，随时会颠覆传统的思维和方法，譬如电子商务，又不要房租水电费，又免去喝茶人奔波访茶之苦，凭什么就不是可能？

?

二、品牌问题

品牌

一词，来源于英文单词 brandtrademark，原来是指中世纪在马牛羊身上的烙印，用以区分不同的饲养者。到了今天，品牌一词成了我们生活中最重要的关键词之一，有了更为深广复杂的内涵，任何品牌都有其具体的、独特的内涵，这些内涵构成品牌性格，品牌使产品生命之树常青，品牌最核心的价值是对消费者的价值承诺。

品牌问题的第一个问题是：

我们普洱茶有大企业，但有大品牌吗？

纵观世界上众多著名的大品牌：微软、索尼、奔驰、耐克，甚至雀巢、星巴克等，我们的确得承认，这些品牌的确是对消费者意味着价值承诺。因此反过来，这些品牌也意味着得到人们的尊重。

勐海茶厂、下关茶厂、中茶公司，路人皆知是大企业，但从“价值承诺”这个角度来说，至少是对消费者负责任，但一个负责任的大企业会让自己的产品价格这样翻手为云、覆

手为雨吗？会这样愚弄市场吗？

不要把责任全推到奸商那儿去。

大益、下关、中茶有一个共同点：历史悠久。

正因为历史悠久，更要多想如何令人尊重。

CCTV抓的把柄，不断抓的把柄是谁的？可以预言，今年发生的事情会被将来普洱茶史冠以一个“07事件”之类的名词，毫无疑问，这场事件中的主角，客观上，损人又害己，被损的已成现实，看看人家CCTV的报道就知道；但害己的话，自然会渐渐显露出来——历史虽有惊人相似，但绝不会重演；哲人说：你不能两次踏入同一条河。

“07事件”，对于这三家大企业来说，肯定是个分水岭，如果还是老一套，辉煌一定只是回忆。

当然，凡事没有绝对，“07事件”对普洱茶市场的贡献，就是教会市场开始理性；不然，老是被人家CCTV说疯狂。这一点，三大企业功不可没。

我本人，当然是希望我们云南普洱茶有令人尊重的品牌。举个例子，

如果微软是我们会泽老家的、当然，东川也行，西盟也行，毫无疑问，我会欢天喜地把烟都戒了。

品牌问题的第二个问题是：

你的牌子好，他的牌子就不行，凭什么？

普洱茶最大的品牌就是“普洱茶”三个字，它是云南人民最大的共名性品牌，是云南特有的自然资源、丰富斑斓的民族文化与悠久历史积淀的精华——云南社科院的史军超先生费尽移山心力，要把普洱茶申报自然和人文双重世界遗产，我非常敬佩和支持，但，光大普洱茶在现在社会生活中的生命力，哪能仅仅是“遗产”就做得到的？

由于普洱茶作为一个共名性的品牌，市场竞争的发生，除了与其他茶类外，主要的就是省内大小上千厂家和数千林林总总的品牌上。这些具体的品牌相对而言属于共名之下的专名性品牌，这些品牌不管怎么说，只要它所指向的产品不是假冒伪劣，那么它就先天地具备了共名品牌的共



性内涵，但是，这么多的品牌，这么多的厂家，叫消费者如何是好？

对于大多数消费者来说，一个不争的事实是，大家都知道普洱茶好，但不知道哪一家的普洱茶好。这除了市场有但不知道哪一家的普洱茶好。这除了市场有假冒伪劣在搅和添乱外，事实上就是我们的专名性品牌的缺失。即便是少数沾了计划经济的光、在多年前毫无竞争就出名的国营厂子的产品，除了出名之外，也很难发掘其产品的独特品牌内涵。

（所以、所以、所以——一旦市场有个风吹草动，这些靠吃祖宗饭积累的“品牌”率先成为了人们嫌疑的对象：今年从5月到现在的10月，普洱茶市场，人们如何看大益、下关、中茶？）

事实上，众多的普洱茶企业忽视了一个问题：炒作行为吸引了公众对普洱茶的关注，使很多企业出了名，但出名不等于名牌，况且，这些活动完成的最主要使命只有两方面：一是为共名性的品牌再增加知名度，例如马帮进京、纪念饼发行；二是单项

的、短期的超值的经济效益的实现，例如拍卖。

所以，直到目前，真正的为具体的专名普洱茶品牌开展的工作不多，应该赋予的品牌内涵被忽视。这造成的直接结果有两方面：

1. 一定范围内出名的少数企业的产品，远远不是名牌。因为除了共名性的内涵外，具体的产品没什么个性化内涵，尤其是文化内涵，没有几家普洱茶厂家能说清自己的企业文化是什么，遑论品牌文化内涵。

2. 无谓的炒作大行其道，甚至被很多企业作为所谓的品牌建设的重要内容，其效用往往是一通喧天的锣鼓过后，品牌没有得到提升，而炒作的恶名却如恶鬼付身，负面效果像定时炸弹，只须市场一有风吹草动就会引爆。

还是那句话：你的牌子好，他的就不行，凭什么？



福建安溪铁观音

安溪政府指定铁观音

安溪铁观音学会理事单位

高山岩茶 绿色放心

安溪铁观音定点检测单位