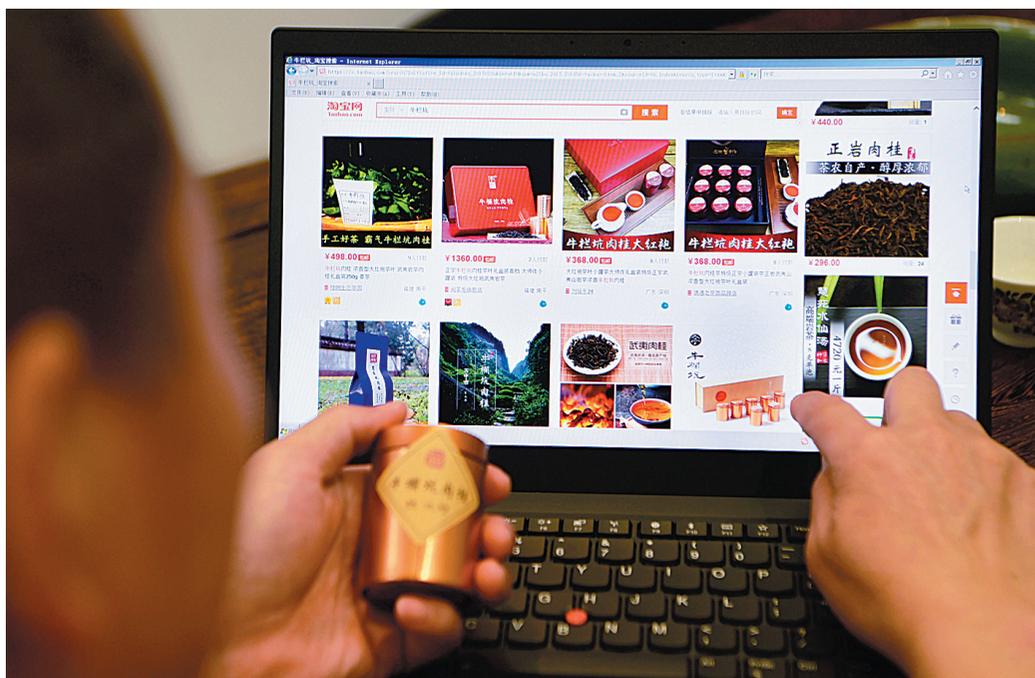


动辄数万元甚至二十多万元一公斤 “天价”茶叶是如何“炒”出来的？



4月11日，一名买到假冒“牛栏坑肉桂”岩茶的消费者在某电商平台上查看信息。



这是两款印着“牛栏坑肉桂”字样的武夷岩茶，在精美的包装上找不到任何厂家名称、商品商标、生产许可证等信息(4月9日摄)。

2.9万元一公斤的“牛栏坑肉桂”茶，其实是茶商将1000元一公斤的普通肉桂茶“包装”而成；普通茶叶只要贴上“大师茶”“山场茶”的标签就身价倍增……
“新华视点”记者调查发现，近年来，福建武夷岩茶价格不断攀升，一些茶商制造各种噱头炒作，动辄卖出一公斤数万元乃至二十多万元的“天价”。

市场充斥大量极品茶，核心区实际一年仅产500多公斤

近来，一款据称产自福建武夷山牛栏坑、被戏称为“牛肉”的“牛栏坑肉桂”茶叶受到市场追捧，有茶商称其为“武夷岩茶中的极品”。

记者在武夷山调查了解到，牛栏坑核心区茶园面积其实仅二三十亩，产量也就500多公斤。但近来，在一些茶商的广告宣传和炒作下，牛栏坑的面积被不断扩大，不同区域还分别被命名为“牛首”“牛肚”“牛尾”等。但凡跟“牛”挂钩，茶叶就身价倍增，往往是周边山场出产茶叶的好几倍。

记者在福州、泉州等地采访发现，本以量少、稀缺为卖点的“牛栏坑肉桂”，却大量充斥市场。在很多茶叶店，“牛栏坑肉桂”到处都是，且往往被摆放在显著位置。茶叶店服务员说：“武夷岩茶目前最火的就是‘牛肉’，不管自己品尝还是送礼，都是身份、品位的象征。”

在各大电商平台，形形色色的“牛栏坑肉桂”茶叶保守估计有上百款，售价从每公斤上万元至二十几万元不等。

虽然卖着“天价”，但不少“牛栏坑肉桂”的外包装上却连厂家名称、商品商标、生产许可证等基本信息都不全。有的很简陋地在华美的茶罐外贴上“武夷岩茶牛栏坑肉桂”的字条，有的仅在外包装上标注着茶商名称和“牛栏坑肉桂”字样。

日前，记者实地探访武夷山景区牛栏坑，发现这是一个位于景区内约两公里长的狭长山谷，宽阔处约20多米，狭窄处仅十余米。因地势蜿蜒曲折，茶树多生长在岩石边或山崖下的坡地上，鲜有大面积茶园。

在一簇簇茶树中间，茶商设立的标牌十分显眼，上面或是标明某企业“牛栏坑茶叶基地”，或是标注商家名称和联系电话。有的面积仅几亩的茶园，竟然插了好几家茶商的标牌。

武夷山景区管委会相关负责人告诉记者，“牛栏坑的茶园属于当地村民所有，一些在这里插牌的茶商，有的仅仅是向村民收购了少量茶叶，有的就是花钱在这里插个牌子，主要是为了做宣传或展示给外地客户。”

“讲个故事”就能卖一公斤二十多万元

“天价牛肉”真的与众不同吗？武夷星茶业有限公司董事长何一心、武夷山市茶业同业公会会长刘国英等人告诉记者，其实真正产自牛栏坑的茶叶很少，而且与附近山场的茶叶品质差别并不大。

多位国家级非物质文化遗产武夷岩茶制作技艺传承人告诉记者，牛栏坑是武夷岩茶的核心产区“三坑两涧”之一，只是一个山场，“三坑两涧”的地貌、土壤、气候等条件大体接近，不同山场出产的茶叶品质差异不大，差别更多缘于不同的制茶师傅、制茶工艺、火候等，“牛栏坑肉桂”并不像一些茶商宣传的那么独特。

记者调查发现，茶商们关于“牛栏坑肉桂”的宣传五花八门，有的甚至相互矛盾。例如，有的说这款茶“霸气十足”，有的称其“优雅细腻”，有的说是带有“山谷的花果幽香”……

多位传承人表示，这些云里雾里的宣传只是炒作，到底是不是真正产自牛栏坑的茶叶，是武夷山“三坑两涧”这个山场还是那个山场的茶，他们这些做了一辈子岩茶的匠人也喝不出来。

为追逐暴利，一些茶商花样百出。南平市特级制茶工艺师汪建华在武夷山临县建瓯做茶，他告诉记者，不时有人上门请他仿制“牛肉”，“我说没办法，真正的‘牛栏坑肉桂’我也很少喝到。”

汪建华说，有一次，他把自己做的肉桂卖给了一个上门让他仿制“牛肉”的人，一公斤共1000元，没想到这个茶被对方贴上“牛栏坑肉桂”标签，卖了近3万元。“还有一些仿制者让我按照客户需求对普通肉桂进行焙火加工，然后他们自己贴上‘牛肉’的包装上市，一公斤近两万元。”汪建华说。

除了假冒之外，刘国英说：“个别茶商炒作所谓‘山场茶’‘大师茶’‘品种茶’等，以千奇百怪的‘花名’为噱头哄抬价格。”

以近年来市场认可度较高的岩茶肉桂为例，记者调查发现，一些茶商炒作的“花名”五花八门，诸如“唐僧肉”“龙肉”“五花肉”“山羊肉”等，这些花名的背后都有“故事”，或是武夷山的特定山头出产的少量精品茶，或是饮茶时“妙不可言的感觉”。

“有的一泡8克左右的所谓‘山场茶’，卖到3000多元，一公斤数万元乃至二十多万元的岩茶越来越多，更多是靠‘讲故事’，误导消费者，牟取暴利。”何一心说。

高价不代表品质，应建立产地溯源机制

武夷山市茶业局、市场监督管理局负责人告诉记者，2017年，武夷山岩茶产量9800吨，而市场上打着“武夷岩茶”旗号销售的茶叶远远超过这个数量，有的外地企业将武夷山产区外的茶也包装成武夷岩茶，甚至包装成武夷山特定山场的茶销售。

武夷山市茶业局局长邓崇慧说：“很多侵权企业、侵权行为在外地，我们调查取证难，还常常遇到地方保护主义。目前，我们更多是做正本清源的工作。”

今年3月，针对一些电商平台出现大量打着“武夷山岩茶春茶”旗号销售所谓“武夷岩茶”现象，武夷山市茶业局通过向社会公布武夷山各种茶叶的采摘、制作、上市时间等，让消费者明辨真伪。

记者采访了解到，武夷山目前正在着力完善武夷岩茶产地溯源机制，市场监管部门对企业茶叶产地、质量进行抽检，发放武夷岩茶“地理标志产品保护”标识。“政府正在对全市的茶园基础数据进行普查，包括茶山位置、面积、茶叶产量、流向等，建立信息数据库，为下一步茶产品溯源打下基础。”武夷山市市场监督管理局局长周紫峰介绍。

针对部分茶商炒作噱头、哄抬价格现象，国家级非遗传承人叶启桐说，稀奇古怪的“花名”既不是文化，也不是标准，更不代表品质，靠这些东西忽悠消费者，是对武夷岩茶和消费者的伤害。

武夷山瑞泉茶业有限公司董事长黄圣辉说，武夷岩茶的“金字招牌”更多缘于传承千年的精湛制茶技艺，一代又一代匠人的坚守，做茶要有敬畏之心，靠炒作概念、卖“天价茶”，最终会被市场抛弃。

针对虚假宣传、市场炒作等乱象，刘国英等人提醒，从成本、品质等因素考虑，现在这样动辄标价数万元甚至一二十万元的茶不正常，茶叶的品质并不是越贵越好，更不是有了一个稀奇古怪的名字就好，消费者不要被天花乱坠的市场炒作迷惑，茶归根到底只是饮品，要理性消费。

(据新华社福州4月12日电)