

# 十年守茶山 科技育“金叶”

## ——科技特派员团队助力万盛茶产业崛起

万盛报记者 叶露 通讯员 李雪薇

“养生黑山谷,品味黑山红。”在万盛城区一家茶叶专卖店,LED屏上的宣传语循环播放着。一旁的货架上,“黑山红”红茶整齐陈列,不少游客驻足选购。

从无名小茶,到远销大江南北的“爆款”,它的背后离不开一群默默扎根茶山的科技特派员。

近年来,万盛邀请市级科技特派员团队,“点对点、山对山”为万盛茶叶品牌化、标准化提供技术支持,让科技成为万盛茶产业转型发展的一面旗帜。

### 从量到质 万盛茶产业亟待破局

万盛种茶历史可追溯至明清,得天独厚的的气候与地形条件,为茶树生长提供了天然沃土。2000年起,万盛将茶叶列为农业龙头产业,近年来更是确立为特色效益农业第一主导产业,聚焦生态、标准、品牌三位一体推进发展。

在此基础上,万盛以翠信茶业等龙头企业为牵引,持续推进标准化茶园建设与绿色种植技术推广,茶产业逐步形成规模。全区茶园面积已达1.75万亩,年产茶叶800余吨,年产值突破8000万元,形成以青年镇、关坝镇、丛林镇为核心的茶叶主

产区,生态富民效应逐步显现。

茶园建得好、茶叶采得多,并不等于能卖得俏、立得住。一段时间里,万盛的茶叶面临“多却不精、香而不稳”的困局:花果香型红茶虽受市场青睐,却始终难以稳定量产,加工技术靠经验、缺标准,品质上不去、品牌立不住,影响了市场竞争力。

就在这样的关键节点,一支懂种茶、懂制茶、懂茶农的科技特派员团队来到万盛。他们不是“来一趟讲一课”,而是十多年如一日,穿梭在一座座茶园里,手把手教技术、面对面解难题。

### 一园一策 科技把脉茶园增效

“我希望能保留祖辈留下来的生态种茶方式。”南桐镇定青生态茶园负责人王定兴说,自2015年返乡以来,他始终坚持施用有机肥、人工除草、绿色防控病虫害,而这一理念的实践离不开科技特派员团队的技术支持。近年来,在贺鼎等科技专家指导下,定青茶园引入了科学修剪、测土施肥等规范化管理手段,既保住了生态底色,也让茶园产量和稳定性稳步提升。

除了定青,青年镇的夏房茶园也尝到了“科技下田”的甜头。茶园负责人夏光

云介绍:“我们种了‘巴渝特早’‘川种’‘黄金茶’三个品种,在技术员指导下推广蓄稍留养技术,春茶提前一周开采,芽头壮、香气足。”目前,夏房茶园三季采摘,年产干茶5000斤,其中“明前独芽”可制300余斤,总产值已达60万余元,茶叶供不应求。

“蓄稍留养”是贺鼎团队重点推广的一项实用技术。简单来说,就是在春茶采收结束后提前整形修剪,蓄养新枝梢,有助于第二年春芽早发、芽头壮实、单芽率高。数据显示,该技术可让春茶萌发时间提早7—10天,单芽产量提高20%—40%,还能增强茶树抗寒、抗旱、抗病虫能力。

### 一茶一方 科技锻造品牌红茶

相较于面向茶园一线推广的绿色种植技术,翠信茶业的发展则是科技特派员团队“点对点”精准指导下的品牌化突破样本。

自2011年起,贺鼎便持续为重庆翠信茶叶有限公司提供技术服务。从基地选址、茶园规划、生态改良,到种植管护、绿色防控,再到加工流程优化、产品品质把控,每一个关键节点,几乎都有他和队员的身

影。“贺老师不是来讲课的,是来‘跑茶山’的。”翠信茶业负责人说,“从建园起,他年年都来,我们的很多技术都是他手把手带出来的。”

“黑山红”之所以能走出市场,亦离不开贺鼎团队对翠信茶业花果香红茶工艺的系统性培训。

2023年9月,贺鼎牵头组织万盛茶企技术人员参加全市花果香型红茶加工技术培训班,并邀请市内外多名专家结合本地实际进行深入指导——上午讲理论,深入剖析花果香红茶的香气形成机制、工艺控制要点;下午进厂实操,围绕萎凋、揉青、揉捻、发酵、干燥等关键工序逐一演示,边讲边做,边学边问。

“要不是有专家团队帮我们‘盯工艺’,我们可能还在摸索阶段。”翠信茶业的负责人坦言,“科技特派员帮我们把产品做成了标准化,品牌自然也就叫得响了。”

从茶园管理到产品加工,从种得好到卖得远,科技特派员团队在万盛走出了一条因地制宜、久久为功的技术服务路径。如今,绿色种植技术在多个茶园落地推广,花果香型红茶加工体系日趋成熟,“黑山红”等地方品牌逐步打出知名度。

据《万盛报》



## 柠香翠浪

柏梓柠檬田,翠浪接云边,风拂清香漫,田意自绵。

潼南报特约摄影 王华侨  
据《潼南报》

(上接7版)

但引入现代化工业设备后,锻打开始使用滚锻工艺,“这样出来的金属性能可提高15%—30%,耐磨、耐腐蚀性也大大提升。”

让黎勇同样引以为傲的,还有保留至今的工艺——手工开刃,“过去,一个老师傅一天只能打几把刀,现在我们一个班组十几个人一天能做上千把刀。”

走进公司展厅,他拿起一把刀,指着刀刃说:“外面很多生产刀的企业都是用机器开刃,这个刀刃就是肉眼可见有角度的,有条明显的棱。但我们始终坚持用手工开刃,开直刃。”

手工开直刃有何优势?

“一是锋利度可提高15%以上,同时增加它的耐磨性。二是便于普通老百姓磨刀。”黎勇解释,机器开刃的刀,一般人都磨不出它之前的角度,磨完刀的效果也会大打折扣。而开直刃的刀,对磨刀技术没有要求,新手也可以让其恢复原有的锋利度。

既要保留传统工艺,也要加入“黑科

技”。

在激光刻码车间,工人将刀放在一台特殊“打印机”下,脚踩按钮,短短几秒钟时间,激光便在刀身上刻下了品牌名称和二维码等信息。扫一扫刀身二维码,这把刀的产品信息、售后服务、厂家简介等跃然“屏”上。

“过去靠人工贴防伪标识,材料成本最便宜也要4分钱一张,现在二维码和商标一并激光刻印,不仅省了一道工序,还省下了不少钱。”黎勇说,仅激光打码这一项技术革新,就为企业节约成本1000余万元。

这要归功于大足区委、区政府打造的全国首个五金制品行业标识解析二级节点项目。该项目通过赋予产品“数字身份”,联通上下游企业标准化对接、产品质量全生命周期溯源、消费用户与生产工厂直联,推动了企业的数字化管理。

目前,该项目已累计赋码量8.3亿个,解析8.2亿次,企业库存平均降低21%、交货周期缩短27%、生产效率提高12%,综合降本3000余万元。

### “酒香也怕巷子深”

做靓本土品牌“卖全球”

在加快产业数字化转型过程中,大足区还打造了全国首个五金工业互联网平台。企业通过云上平台,可实现产、供、销、存的数字化、可视化和智能化,和产品全生命周期管理、溯源,推动上下游企业标准化对接,帮助企业开源节流、提质增效。截至目前,平台已入驻企业535家。

除此之外,大足区正积极建设“五金产业大脑”,以解决大足五金产业存在的企业规模普遍较小、采购成本高、议价能力弱、企业数字化程度普遍较低等痛点难点问题。

“产业大脑囊括了五金经济运行监测、五金一码通、五金集采集销等诸多应用,既可以服务五金产业发展需求,也可以帮政府精准调度、精准施策、精准服务。”大足区经信委相关负责人介绍。

数据显示,目前已有超过50家企业参与集采,集采金额超7亿元,降低总体采购成本1%,大幅缩减了原材料配送周期。

“我们还出台了全市首个针对特色行

业的安全生产技术规范,颁布实施《大足锻打刀》等团体标准5项。”该负责人表示,大足区政府还主导制定了区域公共品牌包装营销方案,培育了“天下大足”“龙水”两个集体商标。其中,“天下大足”为大足全域集体商标,包括旅游、农产品、五金等,“龙水”则着重赋能五金行业。为不断提升大足五金整体形象,增强其在行业中的影响力,大足区近年来还举办大足国际五金博览会、中国创新创业大赛大足锻打刀具创意设计专业赛等活动赛事。

在推动公共品牌的同时,企业品牌也得到带动发展,如“天下大足+飞天”。同时,品牌瞄准市场定位进行推进,大足针对不同企业、不同产品,开拓高端五金品牌、厨师专用品牌、外贸品牌、旅游伴手礼品牌等,通过细分市场的需求,形成大足五金系列品牌。

“酒香也怕巷子深,这几年我们转变观念,尝试做直播等,研发线上产品。”贺光杰说,通过“线下+线上”的销售模式,2024年,“喜夫人”刀具年产量达到200余万把,比前些年翻了一番。据《重庆日报》