



产业融合 产品创新

赤壁青砖茶11款“茶+”产品亮相进博会

“赤壁青砖茶又上新品了,这次是冰激凌。”11月5日,在上海进博会赤壁青砖茶国际体验馆,工作人员熟练地操作冰激凌机器,只见15秒钟的时间后,一个青砖茶口味的冰激凌便制作完成。

“毫不夸张地说,这是全球首款青砖茶口味的冰激凌问世。”赤壁茶发集团办公室主任肖琪介绍,大家熟知的冰激凌是甜品,容易长胖,但我们经过研发,萃取茶叶精华与冰激凌融合,茶叶具有脱脂脱油功能,成就了这款不长胖的冰激凌。

与青砖茶冰激凌一道,此次亮相上海进博会的还有10款“茶+”产品,都不同程度地获得了参展观众的称道。

赤壁青砖茶,始于唐宋,盛于明清,曾经颇受皇室青睐,风靡欧洲三百年不衰。现代青砖茶,经过不断改进创新,已经进入4.0时代,轻便砖茶、速溶茶、凉茶、凉茶果冻等,受到时下群众的喜爱,适应时代消费

的趋势。

进入“十四五”,湖北省委、省政府加快打造十大重点农业产业链,实施培育壮大龙头企业“十百千万”工程,重点培育百家细分行业领军企业、千家成长型龙头企业,赤壁青砖茶当仁不让。

“在原有的基础上,产业融合、产品创新成为了赤壁青砖茶迅猛发展势头的原动力。”赤壁茶发集团董事长何国平表示,近些年来,人们已经完成了从如何吃饱和如何吃好的转型,如何吃得健康成为另一个孜孜以求的目标,为此“青砖茶+”应运而生。

赤壁青砖茶+什么?怎么+?何国平介绍,我们首先从湖北十大农业产业链入手,积极与各方联手嫁接,开发组合产品,设计创意文案,拓展营销渠道,创新宣传手段,“茶+”果熟蒂落。

前不久,“虾茶之恋”刷爆了赤壁、潜江两地的朋友

圈,赤壁市委书记、潜江市委书记隔空喊话,提出“赤壁青砖茶”和“潜江小龙虾”可以携手打造“虾茶之恋”产品,共同推动两个公用品牌做大做强。

如今,赤壁大德和茶业(虾青砖茶)+潜江柳伍水产食品有限公司《红太子麻辣小龙虾尾》组合正式问世,成为人间美味一道靓丽的风景。

除此之外,其余推出的“茶+”产品还有,“茶鱼饭后”赤壁羊楼洞茶业《砖茶》+鄂州富农食品《樊口武昌鱼》、“赤红山川1号”赤壁羊楼洞茶业《品三国》青砖茶+红安《红安红老君眉》、“丝路飘香”赤壁羊楼洞茶业《一带一路砖茶》+威安南桂食品有限公司《桂花酥》、“同根老铁”赤壁大德和茶业《老铁》巧克力砖茶+通城黄袍山油茶公司《本草天香》油茶子油、“青老菇酿”赤壁思贝林《青砖茶凉茶果冻》+品源现代农业发展公司《菇的辣克》香菇酱等。



走入4.0时代 赤壁青砖茶发布公共品牌VI体系



11月5日,“一带一路”赤壁青砖茶国际推介会在上海进博会的赤壁青砖茶国际体验馆举行。赤壁市委书记董方平发布了赤壁青砖茶公共品牌VI体系,从此青砖茶走入4.0时代。

赤壁青砖茶历史悠久,源自公元1006年(北宋景德三年),兴盛于明清时期。

过去,在古代尚未形成品牌意识的环境下,赤壁青砖茶的公共品牌或许就是刻在流传至今的青砖茶面上的“川”字。来自边疆牧民伸出三根手指一划楞,有三条凹进去的印记,他们就就很放心,这就是来自市场最朴素而简单的对赤壁青砖茶品牌的诠释。

据赤壁茶发集团办公室主任肖琪介绍,这些年来赤壁青砖茶走过了1.2.3代3个不同发展阶段,产生了老一批的青砖茶公共品牌标志。但随着市场经济发展,老旧品牌已经不能适应新的发展需要。

为此,近些年来,为了做大做强赤壁青砖茶产业,该市从公共品牌形象入手,邀请知名品牌设计公司,挖掘青砖茶文化,研究全国茶产业发展态势,最终确定了新的公共品牌VI体系。

据悉,赤壁青砖茶区域公共品牌标志为竖长方形,由“赤”字、数字“1006”、骆驼、书法“赤壁青砖茶”和英文译名组成,包含了“创新、协调、绿色、开放、共享”的五大理念。

竖长方形代表赤壁青砖茶“标准砖”的外形,是赤壁青砖茶沿用几百年至今的传统形状;“赤”字代表赤壁青砖茶的原产地赤壁市,强化青砖茶的地域属性;

数字“1006”既是赤壁青砖茶起源时间,也是青砖茶渥堆发酵最低时长——1006个昼夜;骆驼是古代万里茶道上最常使用的运输工具,为赤壁青砖茶的国际传播起到了无法替代的作用。



斯里兰卡驻华大使点赞赤壁青砖茶



11月5日,赤壁青砖茶国际(上海)体验馆开馆,斯里兰卡驻华大使帕利塔·科霍纳(Dr. Palitha T.B. Kohona)在参观完展厅后,为赤壁青砖茶点赞。

体验馆占地面积770余平方米,是湖北首家设置于上海的国际性城市会客厅。

参访嘉宾来访,赤壁青砖茶推广大使饶洁热情相迎:“体验馆不同于一般茶馆,我们在场馆开辟了会展推介厅,可同时对容纳百人开会及举办推介活动。”

悠扬的琴声中,赤壁青砖茶展台散发着古色古香的气质。饶洁拿起一块两千克重的赤壁青砖茶:“这是大家传统印象中的青砖茶,像板砖一样,黑黑硬硬,而且很重,携带不方便。但这也是赤壁青砖茶走向欧亚的优势所

在,过去需要长途运输,这种紧压茶既方便运输也容易保存。”

帕利塔·科霍纳接过饶洁手中的茶,嗅了嗅,致以赞许的目光。

临近展台,还有多款适应现代消费群体的轻量化青砖茶,“老铁”、“闺蜜”、“老板”等时尚的外包装,让古老的青砖茶焕发青春。“轻量化的青砖茶,有的只有两三克。”饶洁拿起一块纽扣般大小的青砖茶介绍道,出差旅游途中,携带这样的青砖茶十分方便。

科技推动,今年赤壁市还推出多款青砖茶衍生产品。例如,有与生物科技公司一起研发的功能性茶饮料,如正风、正糖、正气砖茶饮料和茶凉粉;还有青砖茶洗面奶、面

膜、洗发水等洗护用品;还开发出来新的文创产品,印着赤壁各茶企商标的丝巾、包包、项链,等等。

琳琅满目的产品,将赤壁青砖茶这一品牌妆点得熠熠生辉。帕利塔·科霍纳边看边欣赏:“斯里兰卡所产红茶产品闻名于世,是世界上最大的红茶生产基地,我们可以多交流沟通,推动技术革新、产品升级和经贸往来。”

浪花飞溅的黄浦江畔,浓浓的赤壁青砖茶香飘万里。

咸宁日报全媒体记者 程昌宗 黄柱
特约记者 董金健 通讯员 黄河

