

绿色筑底 品牌赋能

——商南县以品牌建设为引擎推动茶产业高质量发展纪实

本报通讯员 代绪刚

暮春时节,秦岭层峦叠翠,山野满目新绿,清风裹挟着淡淡茶香,漫过连绵起伏的茶山。走进商南县,30万亩生态茶园依山就势,错落有致,层层茶垄如碧波翻涌,延伸至群山深处;田间地头,采茶工人腰挎茶篓,指尖翻飞,精准掐下枝头最鲜嫩的芽叶,娴熟的动作与满目翠绿相映成趣,勾勒出春日里最动人的采茶盛景;移步现代化茶叶加工园区,干净整洁的生产车间内,自动化生产线全速运转,杀青、揉捻、烘干、提香、精制等工序环环相扣;制茶师傅们兼顾传统工艺与现代标准,精准把控火候,细致打磨品质,浓郁醇厚的茶香弥漫四方……一幅产业兴旺、百姓增收、生态秀美的乡村振兴画卷,在秦岭茶乡徐徐展开。

翠绿茶山藏古韵,一缕茶香醉秦岭。作为享誉全国的“中国茶叶之乡”“中国名茶之乡”“全国名茶百强县”,商南县地处北纬33°秦岭黄金产茶带,是中国西部最北端的核心优质产区,更是承载着六十余载“南茶北移”奋斗传奇的产业沃土。近年来,商南县立足茶产业独特的生态禀赋、厚重的人文底蕴与坚实的产业发展根基,坚定不移走以生态为基、品质为核、品牌为魂,融合为径的高质量发展之路,全力推动茶产业从“种得好”向“叫得响”“卖得优”转变,从规模扩张向品牌赋能升级,从单一产业链向全产业链跨越,持续擦亮茶产业核心品牌,让源自秦岭深处的生态好茶,成为彰显山水灵秀、承载富民希望、传承地域文化、助力乡村全面振兴的亮丽名片。

从昔日零星试种、攻坚克难破局,到如今茶园连片、产业成型;从传统手工制茶、小作坊零散经营,到现代化加工、标准化生产;从自产自销、本地流通,到品牌化运营、全国化拓市,商南茶产业历经一甲子深耕细作,实现了从无到有、从小到大、从弱到强的跨越式发展。截至目前,全县茶园面积稳定在30万亩,年产茶叶8800吨,全产业链综合产值突破20



在2026陕西品牌传播大会上,商南县正式推出两款高端新茶——“龙王尖”花香毛尖和“凤凰尖”乳蜜红茶。

亿元,成为带动县域经济发展、促进群众增收致富的核心引擎。商南县委、县政府始终深刻认识到:产业振兴的关键在于品牌,没有品牌的产业就没有核心竞争力;唯有把品牌建设贯穿茶产业发展全过程,才能让商南茶突破地域限制,赢得市场认可,真正把生态优势、资源优势转化为经济优势、发展优势,实现产业增效、农民增收、生态增值的多方共赢。

恰逢其时,乘势而上。4月29日,全省广告产业高质量发展推进暨广告监管工作座谈会和2026陕西品牌传播大会在商南县隆重举办,这场省级高端品牌盛会落地秦岭茶乡,为商南茶产业品牌建设搭建了广阔平台。商南县牢牢把握此次机遇,以盛会为媒,以茶叶为介,全方位、多角度、深层次推介茶产业品牌建设成效与高质量发展经验,生动讲述“南茶北移”的奋斗故事、生态制茶的匠心故事、茶乡富民的振兴故事,让商南茶品牌影响力持续扩大、美誉度不断提升,为推动茶产业提质增效、转型升级注入了强劲动力。

传承奋斗基因 夯实品牌精神根基

品牌的生命力源于深厚的文化积淀,品牌的竞争力根植于独特的精神内核。商南茶品牌自诞生之初,便深深镌刻着“南茶北移”的奋斗印记,承载着一代代茶人坚韧不拔、绿色富民的初心使命。这份独有的人文底蕴,成为商南茶品牌最坚实的精神根基。

20世纪60年代,“秦岭以北不宜种茶”是业内公认的定义,北方茶叶种植一直处于空白状态。为了改变荒山面貌,带领群众走出增收困境,以“三秦楷模”张淑珍为代表的初代茶人,怀揣着“让荒山变绿、让百姓致富”的朴素初心,毅然冲破传统认知的桎梏,义无反顾地踏上“南茶北移”的艰辛探索之路。没有成熟技术就反复试验,没有种植经验就实地摸索。面对气候不适、苗木存活难、工艺不成熟等重重难题,他们扎

根秦岭深山,风餐露宿,日夜钻研,走遍县的山山水水,调研土壤、气候、地形等各项条件,一次次尝试,一次次改良,先后攻克苗木选育、抗寒栽培、病虫害绿色防控、制茶工艺提升等一系列关键技术难题。历经数十年不懈奋斗,他们成功将中国茶叶栽培版图向北推进300多公里,在北纬33°的秦岭深处,缔造了北方茶叶种植的产业奇迹,让昔日的荒山秃岭变成了如今的万亩绿洲,让一片片小小的茶叶成为带动万千群众增收致富的“金叶子”。

六十余载风雨兼程,薪火相传。一代代商南茶人接续奋斗,砥砺前行,在传承中创新,在坚守中突破,不仅培育出品质上乘的商南好茶,更在长期产业实践中凝练出“坚韧不拔、绿色富民”的商南茶文化精神。这份精神,是敢为人先、攻坚克难的奋斗姿态,是扎根乡土、心系百姓的为民情怀,更是守护生态、传承匠心的责任担当,成为商南茶品牌最核心、最深厚的精神内核,为品牌长远发展注入了不竭动力。

以文化赋能品牌,以精神滋养品牌。商南县始终把茶文化传承融入品牌建设全过程,深度挖掘“南茶北移”奋斗历史、非遗制茶技艺、秦岭地域人文特色,摆脱农产品的单一属性,赋予商南茶品牌独特的文化辨识度、情感温度和精神记忆。一方面,搭建茶文化传承展示载体,高标准建设茶叶博物馆、茶文化体验馆、茶主题文化长廊等阵地,全方位展示商南茶产业发展历程、制茶技艺演变、茶人奋斗故事,让茶文化可感可触、代代传承;另一方面,全力保护传承非遗手工制茶技艺,组织老茶人、非遗传承人开展技艺教学,将传统杀青、揉捻、提香工艺与现代化加工技术有机结合,既保留茶叶的原生本味与传统风味,又提升生产效率与产品品质,让古老制茶技艺在新时代焕发新生机。

同时,商南县常态化举办茶节、斗茶大赛、“商南邀您喝新茶”、茶文化研学、茶乡旅游等特色活动,通过沉浸式采茶制茶、茶艺展演、茶文化讲座等形式,让更多人走近商南茶,了解商南茶文化。依托主流媒体、新媒体平台、各类展会等渠道,深入挖掘宣传茶文化背后的富民故事、生态故事、奋斗故事,全方位讲好商南茶品牌故事。如今的商南茶,早已不再只是一片普通的茶叶,一杯解渴的饮品,而是成为承载秦岭生态文化、彰显奋斗精神、寄托富民愿景的特色文化名片,为品牌行稳致远筑牢了坚实的人文根基。

坚守绿色底线 筑牢品牌品质内核

品质是品牌的生命线,生态是商南茶最核心的竞争力。商南县地处秦岭生态屏障核心区,境内森林覆盖率高达76%,空气负氧离子含量极高,是名副其实的“天然氧吧”。这里高海拔、高纬度、昼夜温差大、光照充足的独特气候条件,搭配富硒、富锌的片麻岩土壤,为茶叶生长提供了得天独厚、无可复制的自然环境,让茶叶在纯净无污染的环境中自然生长、缓慢积淀养分,造就了商南茶独特的上乘品质。

得益于得天独厚的生态禀赋,商南茶天然均衡积淀氨基酸、茶多酚、生物碱、维生素等24种有机营养物质,形成了“汤清、味醇、香高、韵足”的鲜明特质;观其形,条索紧细匀整,色泽绿润显毫;赏其汤,汤色澄澈透亮,清润如露;闻其香,香气幽兰馥郁,持久绵长;品其味,滋味鲜爽醇厚,回甘满口。一枝一芽皆藏秦岭灵秀,一叶一味尽显自然纯粹,让每一杯商南茶都成为秦岭生态精华的浓缩。

好生态产好茶叶,好品质铸就好品牌。为守护这份得天独厚的生态品质,商南县始终坚守生态优先、绿色发展理念,将绿色标准贯穿茶叶种植、生产、加工、销售全链条,全力推进标准化生态茶园建设,从源头筑牢品牌品质防线。全县大力推广绿色防控、物理防虫、生物防治、水肥一体化、测土配方施肥、生态修剪等先进技术,全面减少化肥、农药、除草剂的使用,推行有机种植模式,打造无污染、原生态的茶叶生长环境。同时,加快推进“5G+智慧茶园”建设,运用物联网、大数据技术,实时监测茶园土壤湿度、温度、光照、病虫害等情况,实现精准种植、科学管理,全面提升茶园标准化、智能化水平,让茶叶品质更有保障。

质量安全是品牌发展的底线,更是消费者信任的基础。商南县健全完善从茶园到茶杯的全程质量安全追溯体系,为每一批茶叶建立专属“身份档案”,实现种植、采摘、加工、检测、包装、销售全流程可追溯、可监管,严把每一道质量关口,坚决杜绝不合格产品流入市场。截至目前,全县累计认证绿色食品、有机农产品等“两品一标”茶产品23个。“商南茶”先后获评国家地理标志保护产品、中国气候好产品,生态优势彻底转化为品牌优势、市场优势,“生态、有机、健康”成为商南茶最亮眼的品牌标签,赢得了全国广大消费者的认可与青睐。

构建矩阵体系 提升品牌竞争力

品牌兴则产业兴,品牌强则百姓富。商南县始终把品牌建设作为茶产业发展的核心抓手,深入实施品牌强农战略,创新构建“区域公用品牌+企业自主品牌+特色产品品牌”三位一体发展体系,打造“地标领航、品牌集群、品质赋能、多方发力”的品牌发展格局,全面提升商南茶品牌的辨识度、影响力和市场竞争力,让商南茶从秦岭深山走向全国市场。

以标准塑品牌,以规范强品牌。商南县制定完善茶产业中长期发展规划,出台品牌建设扶持政策,整合各类资金资源,全力推进茶园标准化、加工规范化、运营品牌化建设,形成覆盖品种选育、种植管理、加工制作、品质监控、品牌运营全链条的标准化生产规程。通过整合升级加工设备,改良生产工艺,强化质量管控,全面提升茶叶种植、采摘、制作全流程标准,实现制茶效率提升30%、人工成本降低35%,优质茶出品率显著提高,以标准化建设夯实品牌发展基础。聚力做强区域公用品牌,精心培育“秦岭茶”省级区域公用品牌,建立严格的品牌授权、使用、监管机制,规范14家授权企业的品牌使用标准,统一品牌形象、品质标准、宣传推广和市场运营,彻底改变以往零散经营、各自为战的局面,充分发挥公用品牌的引领带动作用,让中小茶企借助公用品牌打开市场、提升效益。全力培育本土自主品牌,加大对双山、商南泉茗、商南鹿茗、商南仙茗等本土龙头企业的扶持力度,在技术创新、产品升级、市场拓展、人才培养等方面给予全方位支持,推动“双山”获评“商洛老字号”,培育一批市场认可度高、口碑效应好、竞争力强的企业自主品牌,壮大品牌发展主力军。

商南县丰富特色产品品牌体系,紧盯市场需求变化和行业发展趋势,加大产品研发创新力度。针对不同消费群体、不同消费场景,成功研发绿茶、红茶、白茶、黑茶、乌龙茶五大系列20余种茶产品,推出多款高端特色茶品、便携快消茶品,精准覆盖高端礼品、日常饮用、商务招待、年轻消费等细分市场,填补市场空白,优化产品结构。目前,全县已形成“1个国家地理标志+5个区域品牌+25个企业产品品牌”的金字塔式品牌梯队,品牌体系日趋完善,品牌效应持续凸显。

此外,商南县积极搭建品牌宣传推介平台,持续亮相全国茶博会、农博会、农产品展销会、品牌传播大会等高端展会,全力参与“中茶杯”“国饮杯”等全国性茶叶专业评选,先后斩获多项特等奖;在首届陕西地理标志“星推官”选拔赛中脱颖而出,借助全省广告监管工作会、陕西品牌传播大会等省级平台,精准推介品牌优势;依托电视、报纸、网络新媒体、短视频平台等全媒体矩阵,开展全方位、多角度、深层次宣传,持续扩大品牌知名度。如今,商南茶品牌形象深入人心,享誉全国,品牌价值持续攀升,成为助力产业发展的强大引擎。

拓宽发展路径 激活品牌富民动能

以品牌为牵引,以融合为路径,商南县打破单一产业发展边界,深度推动茶产业与文旅康养、乡村旅游、休闲研学、精深加工有机融合,不断延伸产业链、提升价值链、完善利益链,将品牌影响力转化为产业增效、农民增收的实际效益,让品牌发展红利惠及万千茶农。

推动茶旅融合,赋能品牌传播。锚定“生态茶城”建设目标,商南县依托茶园生态风光与品牌知名度,重点打造富水茶海公园、试马北茶小镇、城关秦岭茶乡三大茶旅融合产业园,串点成线,连片成景。万亩梯田茶园碧波荡漾,绿意层叠,春日采茶忙,夏日茶韵浓,秋日赏茶景,冬日品茶香,打造四季皆景的茶乡田园打卡地。同时,丰富茶旅体验业态,建设茶文化体验馆、茶膳民宿、研学基地,精心推出采茶制茶、茶艺展演、茶田研学、茶膳品鉴、茶文化展演等特色体验活动,让游客零距离感受种茶、采茶、制茶、品茶的全流程乐趣,沉浸式感受商南茶文化与品牌魅力。联动金丝峡、阳城驿等国家5A级、4A级景区,打造“游秦岭奇峡、品商南好茶、享田园康养”精品旅游线路,实现“以茶兴旅、以旅促茶、茶旅互促”的良性循环,让茶品牌在文旅融合中持续传播、不断升温。

4月29日,在2026陕西品牌传播大会上,商南县正式推出两款高端新茶——“龙王尖”花香毛尖和“凤凰尖”乳蜜红茶,弥补了商洛高端手工茶的市场空白,也为商南茶增添了一张亮丽的新名片。

商南县紧盯市场消费新趋势、新需求,延伸产业链条,提升品牌发展动能。大力推进茶叶精深加工,推动茶产业从初级加工向高附加值精深加工跨越。今年以来,县城龙头企业持续发力高端茶市场。商南县茶叶联营公司抢抓年轻消费群体快饮、冷饮的市场需求,计划投资2000余万元,引进2条国内先进的抹茶生产线,预计今年秋季正式投产。这将有效盘活以往闲置的夏秋茶资源,实现商南抹茶生产“零”的突破,为星巴克、瑞幸咖啡、蜜雪冰城等国内知名茶饮品牌供应优质抹茶原料,推动茶叶资源全值利用、高效利用,彻底补齐



△茶叶加工技能大赛



△商南茶企在2026陕西品牌传播大会上展示品牌茶叶



▽“商南邀您喝新茶”推介活动

产业链短板

健全利益联结机制,共享发展红利。商南县不断完善“龙头企业+专业合作社+基地+农户”的利益联结机制,大力培育茶叶经营主体。目前已培育省级茶叶龙头企业4家、市级龙头企业4家、茶叶专业合作社90个,通过土地流转、务工就业、鲜叶收购、入股分红、技术指导等多种方式,带动8900户、2.4万余名茶农稳定融入茶产业链,实现家门口就业、稳步增收,户均年茶叶收入突破3万元。小小茶叶真正成为群众增收致富的“金叶子”,茶产业成为助力乡村振兴的富民支柱产业。

一叶茶香润乡邻,品牌领航向未来。站在全面推进乡村振兴的新征程上,商南县将始终坚持生态优先、品牌引领、融合发展、提质增效的理念,持续深耕茶产业品牌建设,不断完善产业链条,提升产品品质,强化品牌宣传,拓宽市场渠道,全力打造秦岭生态好茶核心产区,持续做大做强茶产业品牌,让商南茶香飘得更远、品牌叫得更响、产业发展更旺,让茶产业真正成为带动一方经济、富裕一方百姓、传承一方文化、守护一方生态的支柱产业、富民产业,为县域经济高质量发展、乡村全面振兴注入源源不断的茶韵动能。



商南县双山茶叶综合体



茶海仙壺景观



商南县秦岭茶产业