



# 每斤十几万元乃至数十万元 谁是“天价岩茶”幕后推手？



拥有千年历史的武夷岩茶以工艺繁复、制作周期长、品质独特著称，价格向来不菲。近年来，部分岩茶价格呈现数倍乃至一二十倍增长，从每斤数千元、上万元涨至十几万元甚至数十万元。

春节期间，记者调查发现，“天价岩茶”愈演愈烈，有的还打着“非卖品”名义“天价”出售，少数岩茶被炒作成“办事茶”“送礼茶”，成为热门高端礼品，并滋生回收、代售等变现业务。谁是“天价岩茶”幕后推手？

■ 新华社“新华视点”记者 郑良 张逸之 吴剑锋

## 每斤10万元以上的岩茶充斥市场 “非卖品”卖“天价”

记者近日走访福州茶叶市场发现，包装奢华、每斤10万元以上的岩茶充斥市场。

记者注意到一个有意思的现象：一些包装上标注“非卖品”的茶叶，不仅在专卖店公开出售，并且店员一张口就是每斤十几万元乃至数十万元。

在福州一家名为“手尚功夫”的茶叶店，店员向记者推荐一款标注“非卖品”的“远香”茶叶，10克1泡的茶叶9600元，每斤48万元。记者问这款茶能不能卖，店员表示“可以”，并称春节期间这款茶很多人想要，需要等几天才有货。

记者在福州一家“北岩”岩茶店看到，一款名为“宗匠大韵”的岩茶，一盒两泡（1泡9克）标价16200元，每斤45万元，茶叶包装上标注“非卖品”。记者问“非卖品”是否出售，工作人员表示，可以按标价出售。

市场上还疯传所谓“天价岩茶”榜单。记者拿到一份最新的“2021年天价岩茶”榜单，上榜岩茶分“非卖品”和“在售品”。“非卖品”有18款茶，每斤价格均在10万元以上，售价在30万元以上的岩茶有14款；“在售品”有七八十款，每斤价格在5万元以上。

记者在福州、武夷山多家茶叶专卖店发现，榜单上的“天价茶”绝大多数在销售，且每斤超过10万元的不止上榜岩茶品牌。

在福州一家“八马”茶叶店，店员向记者推荐多款每斤价格10万元以上的岩茶；其中一款名为“牛一”的岩茶，1泡仅8克，包装奢华，售价3000元。

## “天价茶”榜单成送礼依据 收受后还可回收、代售变现

记者调查了解到，绝大多数武夷岩茶的成本在数百元、数千元之间。多位业内人士均表示，“每斤动辄一二十万元、数十万元的‘天价茶’，价格严重背离价值，肯定不是正常现象。”

位于武夷山星村镇黄村的一家中小型岩茶厂，茶叶是由当地茶农加工生产的。前些年，这里的茶叶销售价格为每斤300元至3000元。近年来，该茶厂和福州客商合作，注册新公司、包装营销，改头换面，部分

岩茶每斤达十几万元甚至三十多万元。

武夷山茗川世府茶叶合作社党支部书记黄正华告诉记者，“天价岩茶”主要是武夷山以外一些商人进场炒作的结果。

“外面公司运作能力很强，进武夷山后，收购茶农产品，注册一个商标，取个花名，文案做漂亮，包装搞奢华，炒作‘榜单’‘稀缺’‘非卖品’等噱头，推高价格。”黄正华说。

“天价茶”的背后暗藏“四风”等腐败动向。记者在福州多家茶叶店暗访时，多名店员告诉记者：“1泡茶近万元甚至一两万元，买的人不怎么喝，几乎都是用来办事送礼的。”中秋、国庆及春节期间，此类“天价茶”销量明显增加。

记者调查了解到，“天价茶”榜单之所以受追捧，除了企业的营销炒作，还因为榜单成为一些人办事送礼的重要依据。

多家茶叶店店员告诉记者：“这个榜单一出来，大家就知道了这款茶叶的价格，送给领导有面子。”在福州三坊七巷附近一家茶叶店，店员告诉记者，不少人是按照榜单的排名找茶送礼，越是“非卖品”、越是高价越受追捧。有的茶品质一般，但是标上“天价”，偏偏有人找上门来买，说领导爱喝，非得送这款茶不可。

“有款上榜岩茶单泡6000元，有顾客寻上门来要买，说是年节送礼，对方只要这款茶，最后每泡茶加价2000元购买。”福州鼓楼区一家茶叶专卖店店员告诉记者。

## 多数茶农利益受损 应刹住奢靡腐败之风

记者调查了解到，卖出“天价”的“正岩茶”“山场茶”大都产自武夷山天心村。这些年高端岩茶的火爆，受益的主要是茶商和少数茶农，武夷山大多数茶农不但没有受益，反而成为受害者。

由于近年来市场上炒作“山场茶”“正岩茶”，以“稀缺”“大师”等噱头作为卖点，市场上将“天价岩茶”等同于武夷岩茶，使大量中低端岩茶遭遇“寒流”。实际上，武夷山茶园面积14.8万亩，每年岩茶产量1万多吨，正岩茶不足10%；正岩产区之外，很多中低端岩茶卖不出去，茶农利益受损。

福建省政协常委、民建省委主委吴志明说，一些茶企过度炒作、过度包装，以次充好、以假乱真，岩茶的信誉度有持续下降趋势。近两年以来，中低端岩茶滞销率达40%以上。

近日，武夷山茶业同业公会发布多封公开信，倡导全市茶企茶农共同反对价格虚高、过度包装、恶俗花名等炒作行为。

业内人士表示，要防止“天价茶”等名贵特产类特殊资源诱发“四风”问题反弹，在日常监督中，应将“天价茶”列入党员干部不得收受的名贵特产资源目录，对于利用“天价茶”进行洗钱、受贿等行为的，应严肃查处，公开通报，形成震慑。

## 盘点春节黄金周

## 8210亿元！ 春节消费“牛”劲十足 比去年同期增长28.7%

据新华社电（记者 王雨萧）春节消费“牛”劲十足！据商务部监测，2月11日至17日，全国重点零售和餐饮企业实现销售额约8210亿元，比去年春节黄金周增长28.7%，比2019年春节黄金周增长4.9%。

2021年春节黄金周，全国消费市场呈现出许多新特点新变化——

商品消费备受青睐。春节期间，商务部重点监测零售企业的珠宝首饰、服装、通讯器材、家电数码比去年同期分别增长160.8%、107.1%、39.0%和29.9%，部分电商平台健身器材销售同比增长49%。

新型消费表现亮眼。疫情防控带动安全、智能消费迅速壮大，无接触交易服务加快发展，网购年货、数字红包等消费方式成为今年春节新潮流。

餐饮消费红红火火。春节期间，大型支付机构监测餐饮商户销售额同比增长约1.3倍，部分外卖平台线上餐饮消费额增长2倍以上。

就近休闲广受欢迎。就地过年带火本地游、周边游、短途自驾游，各地公园、景区、博物馆、电影院等休闲娱乐场所客流量明显增长。

生活必需品量足价稳。据商务部对全国36个大中城市重点零售企业和百家大型农副产品批发市场监测，2月17日粮食零售、批发价格比节前（2月10日）分别下降0.1%和0.4%。

## 78.22亿元 2021年春节档电影票房 比2019年增长32.47%

据新华社电（记者 白瀛）国家电影局18日中午发布的数据显示，2021年2月11日除夕至17日正月初六，全国电影票房达78.22亿元，继2019年59.05亿元后，再次刷新春节档全国电影票房纪录，增长32.47%，同时创造了全球单一市场单日票房、全球单一市场周末票房等多项世界纪录。

权威数据显示，今年春节档观影总人次为1.6亿，比2019年春节档1.32亿增长21%。截至2月17日，全年总票房为115.88亿元，观影总人次为2.62亿，国产影片票房为112.26亿元。

春节档的7部影片累计票房分别为：《你好，李焕英》27.22亿元；《唐人街探案3》35.62亿元；《刺杀小说家》5.39亿元；《熊出没·狂野大陆》4.05亿元；《新神榜：哪吒重生》2.39亿元；《人潮汹涌》1.51亿元；《侍神令》2.11亿元。

## 6.6亿件！ 春节期间全国快递处理量 同比增长260%

据新华社电（记者 赵文君）国家邮政局快递大数据平台监测显示，春节期间（2月11日至17日），全国邮政快递业累计揽收和投递快递包裹6.6亿件，同比增长260%。

今年春节期间，就地过年人群的寄递需求明显增加，邮政快递业处于高位运行状态，全网揽收量约是去年同期的3倍，投递量更达到3至4倍。