

四月普洱行“茄”事二三件

杨漾/文 解大帅/图

盛产咖啡、芒果、茶叶的“绿海明珠”普洱,自2019年起,又多了“一宝”——雪茄烟叶。为贯彻落实《中共中央办公厅印发〈关

于在全党大兴调查研究的工作方案》的通知》精神,云南绿色生态烟叶发展研究会调研组深入普洱烟区调研雪茄烟叶种植开发

和雪茄营销情况。

正当春深似海,一路风景满目苍翠,信笔略记二三“茄”事。



茶源“茄”叶 清香弥漫

全球雪茄以古巴的最负盛名。被北回归线穿过的普洱,得益于日照、降水、温度、湿度的“天时”,拥有与古巴相近的自然环境,成为云南雪茄烟叶培育基地的首选地之一。

这里,被誉为北回归线最后的绿洲,拥有得天独厚的土壤和气候。当“世界茶源”的任何一片茶叶在开水中绽放,时光就有了味道。而今,茶香之地再添雪茄烟叶的清香弥漫,就像历史的交融。

这里,是全省种植雪茄烟叶10个州(市)中的“第一梯队”。2019年,普洱试种雪茄烟叶15亩;2020年,以科研形式种植110亩;2021年,规模化、订单化开发700亩;2022年,雪茄烟叶种植规模

扩大至2300亩;2023年,云南省烟草专卖局(公司)下达雪茄烟叶种植计划3000亩。

云南绿色生态烟叶发展研究会调研组来到江城县整董镇雪茄烟叶基地大棚,看到一排排、一列列与人比肩的雪茄烟叶长得整齐有序、清秀健壮、色泽油润,整个田间管理区域,以澜沧和孟连为后备区域。

普洱市切实贯彻省局(公司)的战略部署,围绕开发高端特色雪茄原料,实现中式雪茄原料国产化目标,全市“一盘棋”推动雪茄烟叶种植开发。政企、工商合作,有效构建了基地、技术、组织、设施四大模块,为雪茄烟叶的规模化种植开发提供了“人和”的保驾护航。

种植过程有着更严格的要求,烟草公司也有专门的技术指导团队,有效保障了雪茄烟叶生产的高质量发展。相比普通烤烟,茄亩均售烟收入8000元至9500元,茄芯亩均售烟收入7000元至8000元。

“种烟这么多年,我们信得过烟草公司。”这是烟农们的心里话。

“从外观上看,普洱生产出的雪茄烟叶颜色漂亮、色泽均匀,叶片大小合适、油性和韧性好;从品吸上讲,具有优质雪茄烟叶的风格特征,具有开发潜质。”古巴雪茄专家西罗奇·罗瓦伊纳到整董镇曼潭村实地考察后说道。

如今,中式雪茄烟发展步伐加快,打破原材料靠进口的依赖日渐迫切。普洱的雪茄烟叶规模化种植经验,将为云南雪茄原料生产“第一车间”注入强劲动力与活力。

从“坊”到“厂” 一路“茄”绩

雪茄烟叶需要经历育苗、移栽、采收、晾晒、发酵、分拣、醇化等一系列过程,再历练为雪茄的茄衣、茄套和茄芯。一支雪茄烟要经过500多道工序,2000多次触碰。普洱市从15亩试种到如今的3000亩规模化种植,专业化生产推动了普洱雪茄烟叶从“工坊”到“工厂”的高质量转变。

“从第一步开始我们就强调专业技术,在整地理墒、移栽、田间管理、封顶抹权、采收晾制等关键环节,多次开展市、县、乡三级培训,加强关键环节的技术培训和交流指导,把好雪茄烟叶种植

的每一道关口,切实提高技术标准执行力。”普洱市烟草专卖局(公司)局长、经理廖文程介绍,在采收晾制期间,他们先后与云南香料烟公司和玉溪、临沧市公司开展经验交流学习,通过“取茄经”“悟茄路”来相互取长补短,进一步提升种植技术。

专业化技术,是雪茄烟叶一路成长的“保质剂”。今年,普洱按“云南优质雪茄烟叶栽培技术”集中移栽雪茄烟叶2900亩,按“古巴栽培技术”和“多米尼加栽培技术”已完成景谷傣族彝族自治县100亩雪茄烟叶移栽。

雪茄烟叶的规模化种植,对烟田的基础设施有着较高的标准,配套设施的完善,是专业化生产的重要“标配”。2022年,普洱市投入配套设施建设资金9870余万元,新建遮阴棚9处700亩、晾房6群215座,并全部投入使用。截至目前,全市现保有遮阴棚12处1350亩、晾房7群285座,为晾制出优质的雪茄烟叶提供了强有力的基础保障。

“我们在规模化开发中,严格按照省局(公司)的优质雪茄烟叶种植要求进行管理。先后出台了指导雪茄烟叶规模化开发的工作意见、技术方案、鲜叶收购和晾制工作方案等相关文件,各相关部门各司其职,协同推进规模化开发,形成齐抓共管的工作氛围,为雪茄烟叶生产提供了强有力的组织保障。”普洱市局(公司)技术中心主任刘仪介绍说。

在烟叶生产时令方面,因地制宜制定全市“246810”工作时限,即2月中旬完成年度移栽任务,4月下旬开始采收、6月中旬完成采收工作、8月中旬完成晾制工作、10月中旬完成原烟交接。这有助于普洱雪茄烟叶生产的有序、高效、保质推进。



省局(公司)自主创新的田间科技运用到整董镇雪茄烟叶基地

茶醇“茄”香 和谐交融

普洱小城的步行街、茂密的行道树下,调研组被一家别具格调的茶室所吸引。

“我们普洱有‘四宝’,咖啡、芒果、茶叶、雪茄,这种饮品文化氛围与多米尼加、古巴的非常相似,在烟草公司的帮助支持下,我家茶室打造了这个雪茄吧一角,今年客人明显增加了很多。”在浪漫的古巴音乐声中,盛唐酒行的老板张迎春热情地向调研组介绍。

普洱烟草通过茶与雪茄的融合进行推广,制定了“雪茄+普洱茶”“雪茄+普洱咖啡”“雪茄+酒”的消费配饮指南,突出推广“雪茄+普洱茶”“雪茄+普洱咖啡”的搭配,将普洱的城市名片与雪茄相结合,形成品牌名片效应,章章是动

人的故事、节节是令人回味的细节。

“国内雪茄消费市场的不断增长,为国产雪茄营销带来了新的契机,场景消费大有可为,我们不断建成完善雪茄终端、雪茄吧、雪茄体验中心,开启了产品消费到文化消费的场景式营销之路。”普洱市局(公司)副经理张怡介绍。

普洱市局(公司)以省局(公司)“营销一体化平台”建设为契机,充分利用现有的一个App“客户直通车”平台应用、一个终端系统“云香印象”、一个调查工具“问卷星”,采集用户信息,在终端建立会员档案,调查消费需求,终端通过“1+1”与消费者进行双向互动,洞悉消费走向,完成雪茄的精准高效营销。截至目

前,全市累计建成雪茄终端97个,以线上+线下方式开展宣讲、品鉴等活动40余场次。

“雪茄与茶,不期而遇,妙不可言,这是大自然的丰厚馈赠,也是文化血脉的衔接。普洱雪茄规模化开发种植的这五年,起点高、步子稳,在破解雪茄烟叶原料自主供给、自主保障上迈出关键一步,逐步进入从‘有’到‘强’、从‘好’到‘优’的新阶段,‘从田间到指尖’,这段‘茄’话书写在烟田里、烟叶上和茄客的指尖,构建了以品牌为导向的原料开发配置模式。我们相信,未来的普洱极有可能成为云南雪茄产业版图上一颗闪耀的明珠。”省局(公司)党组成员、副总经理尤辉认为。

孟智恒:推广雪茄文化和雪茄生活方式的品牌大使

4月13日,国家烟草专卖局(中国烟草总公司)在高黎贡山脚下的“诗和远方”——保山市隆阳区潞江坝,组织召开国产雪茄烟叶开发与应用重大专项年度工作推进会。国家局有关负责同志、重大专项首席专家团队成员,湖北等9省(区)局(公司)及四川中烟、湖北中烟、山东中烟、安徽中烟分管科技工作领导、科技管理部门负责人等“茄”宾、“茄”客云集,共领衔和论道“茄”事。

闻此喜讯,四川中烟雪茄品牌大使孟智恒很是激动,他表示,有云南雪茄烟叶筑基铺砖,四川的雪茄品牌一定会延绵万里。

一次“茄”缘 念兹在兹

去年11月,孟智恒随同四川中烟主要领导参与了也是在同一地方由云南省烟草专卖局(公司)主办、云南香料烟公司承办的云南雪茄烟叶开发与应用交流活动,笔者与其有了初次结识。

“世界上很多著名的烟叶产区我都去过,但来到这里我感觉到一阵恍惚,仿佛置身在加勒比海的河谷中,感受到微风在身上拂过,看到烟叶在身边郁郁葱葱、绿油油的,仿佛就置身在古巴的比纳德里奥省,在罗瓦伊纳家族的庄园上。中式雪茄一定会走向世界。”在参观了保山市潞江坝云雪庄园、禾木雪茄烟叶核心技术农业示范园后,孟智恒如是说。

那一次,孟智恒到了云烟之乡玉溪,了解了元江甘蔗雪茄烟叶发酵工厂技术迭代升级的情况。

本次雪茄烟叶开发与应用重大专项年度工作推进会之际,笔者通过电话和微信与孟智恒进行了一场对话。

2017年至2019年,孟智恒曾多次考察古巴的比纳德里奥、多米尼加的西包谷等世界知名雪茄烟叶产地,深知世界上可以种植优质烟叶的地区非常有限,它们对温度和湿度都有着严苛的要求。

“恰恰云南就具备了生产雪茄顶级烟叶的自然条件。”那次云南之行,让孟智恒感触很深,甚至惊叹:“滇南(普洱、玉溪南部)、滇西(保山、临沧、德宏)和金沙江河谷地区,地理位置、生态环境与古巴等产地高度相似,属热带湿润型河谷气候,光热资源充足,雨量充沛。春夏气温高,光照强,适合茄衣和茄芯烟叶种植;秋冬气温适宜,云雾多,湿气大,适合茄衣烟叶种植。所以云南在短短4年时间,就自主选育了‘云雪1号’‘云雪2号’等系列优质品种,到目前为止,这些优质品种也已经被运用在部分新品上,获得了雪茄爱好者一致好评,这丝毫不令人感到意外。”

中式“茄”业 未来可期

自2017年进入雪茄行业以来,孟智恒一直致力于研究和推广雪茄文化和雪茄生活方式。当笔者问起近年来国际雪茄市场和国内雪茄市场发生的变化、国产雪茄品牌在全球市场趋势下如何应对新的挑战和机遇时,孟智恒打开了话匣子。

2022年,四川、湖北、安徽、山东四家中烟中高端手工雪茄年度销量突破了2000万支,刷新了国产雪茄的销量纪录。上海是中国最先引入雪茄的城市,具有天然的市场优势,雪茄爱好者对高端手工雪茄的消费也呈现出消费年轻化、消费需求高端化、消费场景多元化、消费职业多样化四大新特征。

雪茄具有两个显著的特征,第一,雪茄不仅是农产品,更是文化的载体。第二,雪茄是个舶来品,虽然原产自加勒比一带,但雪茄文化却源自欧洲,尤其是英国。

“基于上述这两点,我们首先应该在文化自信的前提下讲好中国雪茄故事。中国雪茄虽然起步比较晚,但是发展速度非常快,时至今日,中国已经成为全球重要的新兴雪茄消费市场。”孟智恒说道。

疫情发生以来,进口雪茄渠道受阻。笔者认为,这同时也给国产雪茄的发展带来了有利因素,很多雪茄爱好者也因此有了更多机会接触国产雪茄,进而爱上国产雪茄。

对此,孟智恒表示非常赞同。他说,机遇和挑战并存,打铁还需自身硬,国产雪茄品牌和国产雪茄原料供应商应该抢抓良机,用可以媲美进口的品质,用强大的品牌力和不断进步的产品力来留住雪茄消费者。

一席“茄”话 满腔“茄”情

作为四川中烟雪茄品牌大使、湖北中烟三峡卷烟厂雪茄品鉴师,孟智恒近年来持续开展了多种雪茄相关的专业化推广活动。在他看来,国产雪茄培育高端品牌形象对于雪茄消费文化发展有许多积极的影响。

云南高端雪茄烟叶是打造国产高端品牌雪茄卷烟的主要原料。四川、湖北、安徽、山东这四家中烟各自推出高端雪茄产品,他们正在产品研发力、产品品质保障、品牌文化内涵、品牌活动推广这几个方面下功夫,在雪茄消费文化推广上不断做出努力。

在具体战略上,各家又有所不同,孟智恒对此进行了逐一分析:四川因其红色基因主推“名品茄宴、毛式雪茄文化周”等系列IP活动,湖北依托同品牌卷烟强大的品牌力自带高端光环,安徽从中国传统农文化中挖掘精神内涵,山东则突出其位居五岳之巅的风貌。可以说,不管是硬实力还是软实力,国产品牌都拥有了高端品牌应该具备的水准。

在经济全球化加速发展的今天,一个产业只有放在全球范围内来审视,才能判断其是否真正具有国际竞争力。这句话对于中国起步较晚的现代化雪茄工业也同样适用,经过多年耕耘,中国雪茄在国内外通过“打造高品质生活方式”和“实现消费者对民族品牌的认同”这两方面积累了强大的实力,“走出去”也必将成为积极培育新的经济增长点和谋求长远发展的战略选择。对于这个问题,孟智恒又是如何看待的呢?

“进入烟草行业之前,我一直都在中资公司海外分公司任职,常驻拉丁美洲和美国,任职将近10年,对讲述中国制造业的故事有着丰富的经验,对民族工业有着深深的自豪感。我和四川中烟、云南省局(公司)结下了不解之缘,我个人身上也打上了中国雪茄的烙印。现在希望集中精力,在海外市场有所作为,在中国烟草‘走出去’战略中努力发挥自己的作用。”孟智恒说。

疫情消散,彩云之南花开正好,诗和远方其实就在身旁。期待孟智恒再次来到云雪庄园,继续讲述娓娓动听的雪茄新故事。

杨漾/文

> 人物简介



孟智恒在海南昌江建恒雪茄种植基地

孟智恒,2002年—2006年就读于北京语言大学西班牙语专业,毕业后就职于中资企业,先后担任美洲大区经理和美国分公司总经理,常驻拉丁美洲和美国,2017年获得香港大学一复旦大学工商管理硕士学位,同年创办亚洲侍烟师协会。2018年开始经营长城优品生活馆上海店,2019年起担任中央电视台西班牙语频道特约评论员。2017年—2019年间曾多次游历古巴和多米尼加考察雪茄工业和烟叶种植。2019年受聘担任湖北中烟三峡卷烟厂雪茄品鉴师,2021年起连续三年担任四川中烟雪茄品牌大使。