

三上央视，钟睒睒凭什么？

原创 燕梳楼 燕梳楼 2025年04月15日 21:54 江苏



作者 | 燕梳楼

作者 | 燕梳楼

短短12个月，钟睒睒三上央视，在这三次《对话》节目中，他到底讲述了什么？

答案是革命——产业革命。

2024年7月，当钟睒睒首次在央视镜头前解剖赣南脐橙项目时，人们看到的是一场持续17年的“战略亏损”。

什么叫“战略亏损”？即明知会亏，依然为之，既称战略，后必有谋。而钟睒睒之谋，无外两点。

一是先撑住农民，用契约精神重建农民信心。所以，面对黄龙病肆虐、农户砍树逃荒、百万果园荒芜的困境，他选择以高于市场价86%的保底收购价，签订4300份长期合同。

二是在稳住农民这个基本盘之后，腾出手来专心破局。怎么破？技术赋能。

高价收购发于善意，但绝不是终点。

农夫山泉将研究团队拉进果园，攻克“榨汁后有包心菜味”的技术难题。

正是这种工业化的技术赋能，让赣南脐橙从“论斤卖”的初级农产品，升级为标准化商品，农户年收入实现大突破。

2024年12月，第二场与央视的对话，发生在江西赣州信丰县的脐橙种植基地里。钟睒睒将矛头指向直播带货乱象：“你今天帮农民卖货，明年怎么办？农民得到错误信息，种下去卖给谁？”

这一次，钟睒睒给出的破局之道，叫做“授人以渔”——扎根土地构建“种植-加工-品牌”的全产业链。

而当主持人质疑持续亏损的意义时，钟睒睒答：“产业进步需要时间，就像东方树叶亏损7年才等来无糖茶风口。”

2025年4月，主持人陈伟鸿再次对话钟睒睒。这次，是在云南普洱市景东彝族自治县的茶山上。

镜头中的茶农欢天喜地，多少年来他们只采一季茶，而且卖不出好价钱。农夫进山后，紧挨茶山建设现代化茶叶初制厂，白送给当地，还派了5个技术人员手把手授“渔”。

问及钟睒睒为什么要提高收购价，他表示主要两个原因：一是要增加农民收入，二是要推动标准化升级。通过价格杠杆，把工业思维砸进茶树里。



而他关于“卷”的一番理论，更是让人印象深刻。他说，要卷就要往上卷，要到国际市场上卷，把终端定价权卷到我们这里，这才是产业该有的卷。这背后，是他重构中国茶叙事，夺回国际定价权的野心。

与那些西装革履、侃侃而谈的企业家们不同。镜头中的钟老板一身工服，看起来真的像个农夫，甚至比当地茶农都更像农民。他一边带着央视主持人深入车间参观，一边如数家珍地介绍烘青工艺。

从卸料口设计到温湿度调控，展现出专业、丰富的知识储备和细节把控。像他这样级别的大佬，更多都是只谈战略不谈技术的。能把一个垂直领域研究的这么透，背后显然下了不少功夫。

提到云南，很多人第一联想就是普洱。这种单一路径依赖，限制了云南茶产业的规模化发展。其实云南有着50万亩的茶资源，除了普洱，还有绿茶，都是长出来的，不是种出来的。

守着全世界最好的茶资源，却只采一季茶，造成极大的资源浪费。这让钟老板看着心疼。为此他一年4次跑到云南考察，手把手教当地茶农进行标准化升级。

而且这些现代化茶厂全部白送给当地。他也直言不讳，说捐赠茶厂的目的是为了捐赠，而是为了建立产业标准。只有对茶农用肥、用药、修剪、采摘等方面进行标准化管理，才能提高品质。



他用118项有机种植标准和数字化品控体系，把“看天吃饭”的晒青工艺，硬生生改造成温湿度可控的烘青技术，并把产能直接提高5倍。这不仅是一种技术投喂，更是一种工业化思维下的农业突围。

大家都知道农夫不仅有山泉，还有东方树叶。以前不太理解农夫是如何把茶叶做成饮料的，现在才知道钟老板对原料、工艺和细节把控这么严格，这种“垂直有根”的经营哲学，也是农夫畅销不衰的密码。

无论是赣南脐橙，还是云南茶叶，农夫山泉都始终坚持高标准收购，用高标准带动当地产业发展，并派遣专家为当地农户提供技术支持。这背后的底层逻辑就是农夫坚持的与土地共生的产品主义与长期主义。

节目后半部分，是主持人和钟老板在茶山上，就茶工业和茶文化的一段对话。正是这段对话，让我看到了钟老板内心里涌动的东西，那就是争气。他要为中国茶正名，要用一己之力重构中国茶的全球叙事。

这段确实是我的知识盲点。此前我只知道中国茶，也知道中国茶圣陆羽。但竟然不知道外国人其实是不认中国茶的，在国际市场上每公斤中国绿茶最多能卖5美金，但如果是日本的则能卖上30美金。

明明中国才是绿茶的祖宗，凭什么日本茶却能卖出高于中国5倍的价钱？我想这才是让钟老板下定决心，选择云南作为推动中国茶工业化的深层原因。这背后，是争夺中国茶全球话语权的野心。

当然，作为一个务实的企业家，他也一眼看到了背后的差距。一个就是工业

化。中国大大小小茶厂数十万家，却至今未能完成产业化升级，甚至没有一个标准，很多地方都是人工采，人工搓。

另一个就是文化性。我们都知道陆羽和他写的《茶经》，但在国际上传播更广的其实是日本人写的《茶之书》。也正是这本书，才构建了日本绿茶文化霸权，让真正的中国好茶难出国门。

所以节目中钟老板也呼吁更多的文化布道者，能参与到中国茶文化输出的民族使命中。构建以溯源认证、工艺传承、产业标准为核心的现代茶文化话语体系，撕下了中国茶的低价标签！

他把工业思维带入农业，从茶叶的烘青工艺到脐橙的柠檬苦素去除，均亲自参与技术细节。通过标准化打破“看天吃饭”的困境，展现出一名企业家难能可贵的务实作风和农民情结。



这两年关于钟老板的争议很多，而12个月内三次央视《对话》，让我对这个年近古稀的企业家有了更深刻的认识。尤其是把“帮农民”写进了企业的DNA里，让人肃然起敬。

这位“像农民一样思考”的企业家，用三次央视对话，完成了他独家的“商业价值重构”——

他用长期主义对抗投机主义：17年亏损的脐橙项目、7年蛰伏的东方树叶，印证“慢即是快”的产业规律；

他用共生逻辑替代零和博弈：农民增收20万元与Log6生产线2000万元投入看似矛盾，实则构建起“品质提升-品牌溢价-利润反哺”的发展闭环；

他用工业化赋能而非替代：无量山的古法制茶技艺被保留，但晒青变烘青的工艺革新，让传统茶文化获得现代产业载体，简而言之，工业化绝不是消灭传统。

正如钟睺睺在茶山上所言：“商业的最高境界是让土地增值，而非收割土地。”这或许解释了为何三次对话始终围绕同一主题——用工业文明激活农耕文明，既是一场产业革命，更是一次文明觉醒。

从果农到茶农，从赣南脐橙到云南茶叶，从价格牵引到技术帮扶，到建厂捐厂到授人以渔。农夫山泉正以工业化思维推动传统农业突围，完成了脐橙、茶叶的产业化、标准化革命。

当别的企业家还在流量灯光下频频现身时，钟老板却悄悄跑到农村当起了农民。他说，我们欠农民太多。我相信做过17年农民的他，是真的能共情农民，真心在帮助农民。

仁者乐山，智者乐水，而为富者乐于农。央视三次对钟睺睺的深度访谈，蕴含着钟老板长期主义的经营哲学，也是农夫山泉“垂直有根”的长盛秘诀。

央视的长镜头下，聚焦的不仅仅是企业家叙事，更是中国消费品牌从“制造”到“质造”的升级——用东方哲学做产品，以全球视野卷产业。

向上卷，把中国茶推向全世界；向下扶，把致富经传给新农人。



位卑未敢忘忧国！



@关注和转发，就是最大的支持@

对话作者请添加微信：



燕梳楼

只为苍生说人话，位卑未敢忘忧国

1142篇原创内容

公众号

素材来源官方媒体/网络新闻