

茶业视点

当“潮”一品中国茶

——高校茶文化创意创新发展论坛侧记

本报记者 徐金玉

让年轻人爱上茶,“老”话题如何谈出新意?

近日,在第13届中国(北京)国际茶业及茶艺博览会期间,高校茶文化创意创新发展论坛以年轻人为主角,碰撞出了不少新观点。

“跨界”国潮新秀

“红楼梦中茶”游园会、“与子同袍·茗动天下”汉服春日游园会、穿越千年——辽金宋点茶文化私享会、宋式点茶斗茶赛、茶与东方美学“时空穿越之旅”……在茶博会同期举办的活动,似乎每一样都正中年轻人的下怀。

“这次的茶博会现场,第一感觉就是中国潮,大家在重新尝试着中国传统文化与中国茶的新融合,是一场融合的秀,亦是一种国潮的崛起。”论坛嘉宾、宁香阁创始人韩宁说,“我们看到清华大学文化创意发展研究院发布的《国潮研究报告》,它所定义的国潮是‘国’与‘潮’的相加。‘国’即是中国,是中国文化的复兴,而对于‘潮’的解读却是千差万别。”

国潮在2018年以前,大多是代指狭义上的特定品牌,有鲜明特色的小众文化潮流。2018年以后,随着带有中国特色产品的走红,国潮开始泛指某种消费概念。让大家印象深刻的代表就是故宫和李宁。故宫通过文创打破了之前刻板印象,让年轻人爱上了一个出自皇宫的“新宠”,而李宁将“中国李宁”印在具有潮牌气质的服装上,也大大点燃了国人的潮流自信。

“就像此次茶博会的现场,我们看着穿着汉服的靓丽身影,没有觉得违和,反而是一道美丽的风景,这些展示都在传递着我们的国潮趋势。通过文物产品化的方式,或者通过传统文化与茶结合,让年轻人透过产品了解历史、了解茶叶,将传统文化的复古风潮带入现代生活。”韩宁认为,国潮也可以是一种生活方式,而喝茶,可以称得上是一种国潮的生活方式。

“国潮与茶结合,让茶更时尚,更具有传播性与影响力,以茶来对话年轻人,更能传播‘中国造’的魅力。”韩宁说。

社团的“星星之火”

北京大学光华管理学院爱茶人俱乐部、清华大学清茶会、中国人民大学商学院校友茶文化俱乐部、万里茶道研究院、湖北大学茶艺协会……会议现场,各大高校茶社团的身影涌现,让观众对于年轻茶友们的活力与市场潜



“与子同袍,茗动天下”
汉服模特大赛上的小姑娘



“高校茶文化创意创新发展论坛”现场



逛茶展的汉服爱好者

力感同身受。

近些年来,茶风潮在高校渐起,高校已然成为了当下年轻人了解茶文化的重要空间和载体,越来越多的年轻人走进校园生活中开始与茶亲近。

“一心一茶是我们茶文化俱乐部口号,现已有会员800多人。作为校友们以茶会友的重要平台,俱乐部每月都会举办主题茶会,不仅会共享优秀产品,还会开启茗香之旅,探寻茶产地。”中国人民大学商学院校友茶文化俱乐部秘书长王云涛说。

“品茗未名湖,缘聚爱茶人,北京大学光华管理学院爱茶人俱乐部算是北京大学最有活力的校友组织。自2015年成立以来,足迹已经遍布国内著名茶产区,提升了生活品位,弘扬了中国茶文化。”北京大学光华管理学院爱茶人俱乐部联合创始人邓文平说。

“目前全国已有很多高校成立了自己的教职工、校友、毕业企业家等茶文化俱乐部。”陶行知教育基金会创新创业产教融合专业委员会副秘书长蔡晓东一方面欣喜于高校茶社团的星星之火,一方面也深知在年轻群体中推广茶文化仍任重道远。

“这些年来,中国茶产业持续蓬勃

发展,但仍然面临从业人员素质不高、喝原叶茶年轻用户少等问题,我们亟须持续培养中国茶的年轻消费群体,带动更多高素质人才在茶产业就业创业。为此,专委会联合万里茶道研究院、各个高校茶文化组织共同发起了高校茶文化创意创新发展产教融合工程。”蔡晓东说。星星之火,可以燎原,希望融合工程能够成为年轻人爱上中国茶的桥梁和纽带。

“今后,我们将协同各个高校茶文化组织和相关资源,建立高校校友茶友学习交流的平台,通过公益讲座、茶旅游学、创新创业大赛、校友茶空间共享等形式,培养综合素质高的人才,赋能茶产业相关企业和茶馆茶空间,让世界爱上中国茶,共享和谐美好时光。”蔡晓东说。

推广要下“细”功夫

“做茶文化传播越久,越发现传统文化根植于每一个中华儿女的血脉中。我教学过的大学生、中学生、小学生,对茶文化是接纳的、喜爱的。”对于如何进一步在校园中推广茶文化,北京谊友品牌策划公司总经理王玲玲很有发言权,“尤其是对有自主观念的大

学生,因材施教非常重要。”

在王玲玲看来,大学生的文化功底深厚,但在形成自有知识体系的学习阶段。为此,茶文化传播者们所做的教学工作就要更加有挑战性,不但文史内容要更丰富,茶学知识要更专业,而且内容、形式要充满多样性和趣味性。

“要让年轻人更加懂茶、懂养生、懂传统文化,我们就要更加懂得他们,让茶不但好喝、好看,还要好玩。让茶生活走进大学生的日常,就如同大学茶友会所作的各种茶文化推广与传播工作一样。总之,一杯中国茶不但要抓住大学生的味蕾,更要触碰到灵魂,这样,对茶文化的热爱才可以生生不息、代代相传。”王玲玲说。

从在大学生心中播下一粒茶种,到精心呵护,收获年轻人对中国茶的喜爱,北大纵横高级合伙人、茶说创始人王大力认为,合理经营和维护这些高校的私域流量,要下足“细”功夫。

“高校茶文化的私域流量的维护可以分为两个纬度,第一是已离校的校友群体,我们要通过定期与非定期的校友线下线上沟通交流、私董会、茶游学等方式,经营好高校校友的私域流量;另一个纬度是在校的高校群体,需要通过好产品、好服务、好话题等硬核方式,增加在校高校群体的有效黏性。”王大力说。

茶疑解惑

“茶颜”之争, 扯下了谁的遮羞布?

本报记者 徐金玉

茶颜悦色、茶颜观色,一字之差的奶茶店,店招logo形似,门店装潢海报雷同,饮品菜单、名称、标识等相差无几,到底是谁抄了谁?去年,这一场“真假网红奶茶店”对簿公堂的事件,在社会上闹得沸沸扬扬。

4月26日,第21个世界知识产权日,“茶颜悦色”再度登上微博热搜榜第一名:“茶颜悦色”诉“茶颜观色”不正当竞争案终于迎来一审判决——“茶颜观色”方面败诉,法院判令被告赔偿经济损失及合理维权费用170余万元,同时在《中国知识产权报》上刊登声明消除影响。

茶颜悦色官方微博账号发文称:“近期行业维权好消息越来越多,茶颜也终于赢了属于我们的第一次诉讼。从2017年,茶颜小票上不经意的一句自嘲‘等我们有钱了,我们就去告他们’,到‘我们赚了一点钱可以告他们’,两代接力到维权凤凰,也被大家喜闻乐见的正义转梗。”欣慰的小票调侃背后,也是历时数年维权的辛酸写照。

自此,社会关注度颇高的“茶颜”之争算是暂告一段落,但留给行业的不只是一个案件的逗号或句号,还有在同质化竞争中创新与山寨之争的延伸思考。

茶行业是一个相对来说同质化竞争较为激烈的行业,从饮品的门类,到产区生态环境的相似,到工艺的差别细微,使其衍生出来的服务产品和业态有着一致的基因和脉络,往往难脱窠臼。正因这样的特性,虽然上升到法庭的侵权案并不多见,但“山寨”的风潮却是一波未平,一波又起。

记者印象最深的案例是茶品牌小罐茶引起的包装新潮。2016年,跨界行人的小罐茶一经亮相,便以外形取胜:其摒弃了袋包装等茶叶传统包装样式,一个单泡独立小罐,或3克、或5克、或8克,随行方便,且时尚、简约,每一类茶都有自己的专属颜色。

市场的风靡引来同行的关注,茶界立时掀起趋之若鹜的

小罐风。在没过多久茶博会上,这样的小罐茶可谓铺天盖地涌来。既有专门售卖小罐包装的,也有直接成品销售的,均冠以“小罐茶”之名。这样的小罐茶,虽然样式打造类似,但由于时间短促、材料选择不同,做工和质地显得极为粗糙,山寨痕迹很浓。

小罐茶市场总监梅江介绍,这个小罐看似简单,但要保证表面的圆滑、平整,还需要很多技术支持,制作一个小罐至少要经过40多道工序,他们花了近两年的时间才最终敲定。由于国内并没有现成的设备可以生产,他们为此开发了新的生产线,包装完全由自己来做,获得了多项专利。

这样的“山寨”产品只观其形,且未深究其门道和精髓,最后与正品相比,愈加相形见绌,反而降低了自有品牌的辨识度,显得极为得不偿失。

而市场上另一家茶企的包装创新同样可圈可点。其将独立包装设计成了山峰的形状,一打开茶盒,金山银山连绵不绝,视觉效果强烈,既能做到随手泡、轻盈方便,又突显了自身的创意和美好寓意。它和小罐茶一起,彰显了茶企在创新之路上的自我价值。

从某种意义上讲,模仿应该算是个中性词,如若因为同行的模仿、潮流的引领,能够促进行业内的产品升级,并非一件坏事,关键是要看如何模仿。模仿不是简单粗暴、外形的“照搬照抄”,而是逻辑、理念等新观念的内化,需要企业、产区结合自身特色,融入科技创新元素,推出真正具有品牌辨识度的产品。

而从另一个视角来分析,也印证了不少茶企“投机”的心态,但跟风一时爽,若没有立足之本,终究免不了被大浪淘沙的命运。

创新不易,才愈显珍贵,也是居安思危时的明智之举。从盲目跟风,到自觉创新,再到迭代升级,化被动为主动,想必茶行业会呈现另一番生机勃勃的模样。

茶讯

广西茶产量和面积步入全国前十名

近日,以“茶和世界,共品桂茶”为主题的2021年广西(桂林)茶产业展销博览会在桂林国际会展中心开幕。

广西壮族自洽区农业农村厅一级巡视员郭绪全在会上介绍,广西种茶历史悠久、生态环境优美、富硒资源特色明显,是全国主要茶叶产区之一。2020年,广西茶产量和面积均步入全国前十名,综合产值达260亿元人民币,涉茶企业数1300家,茶叶各类注册商标达500多个。近年来,全区擦亮山清水秀生态美的金字招牌,将茶产业作为绿色生态产业、特色产业、脱贫主导产业、乡村振兴产业。

“十三五”期间,广西茶产业取得快速发展,茶园面积、茶叶产量从2015年的101.6万亩、6.3万吨增加到2020年的136.92万亩、8.83万吨,增幅分别达34.76%、40.16%。

据了解,广西独特的自然环境孕育出了一批在全国知名的茶叶品牌,如广西六堡茶、横州市茉莉花茶、凌云白毫茶、三江早春茶、桂林桂花茶等。广西的早春绿茶更具有品质优良、上市最早的鲜明特色,被誉为“中国第一早春茶”。

茶产业作为广西的优势特色产业,在脱贫攻坚中发挥了重要作用,有效促进了边远山区、少数民族地区经济发展和农民增收。广西14个市48个产茶县中,80%以上的茶园分布在边远山区,有979个村、超过20万户农户种植茶叶,茶产业已成为农民脱贫致富的支柱产业。

(欧惠兰)

制售假冒西湖龙井? 抓!

近日,在第21个“4·26世界知识产权日”到来之际,杭州警方召开新闻发布会,对近期破获的“3·18”制售假冒西湖龙井案等民生领域知识产权重大典型案件进行通报。

今年3月,杭州警方在工作中发现,不法分子大量购入印有“西湖龙井”等商标标识的假冒包材,将萧山、余杭、富阳本地及绍兴新昌、丽水缙云、松阳等地的茶叶冒充“西湖龙井”灌入封装,通过杭州的茶叶市场、景区茶叶店等线下门店对外销售。杭州警方立

即成立专案组进行侦查,行动共抓获涉案人员83名,捣毁制假窝点18个、售假门店32家,缴获假冒西湖龙井茶5000余斤、印有“西湖龙井”等商标标识的假冒包材及各类茶标60余种30余万件,涉案金额逾7000万元。

本次专项行动是杭州警方历来首次以保护本地“中国驰名商标”知识产权为主题开展的集中规模化打击,全面震慑假冒“西湖龙井”品牌犯罪,整饬茶市乱象,维护本地茶企、茶农和消费者的合法权益。(徐祥)

茶人茶缘

茶人史宝林: 做好茶, 是一种清福!

唐祥云

制成功,他发自内心的感到骄傲,“前峰雪莲满披银毫,形似雪朵,银白隐翠。一经冲泡,清香幽雅,滋味鲜爽甘醇。那时,正巧我们看了电影《冰山上的来客》,屏幕上美丽的雪莲花与茶名相映成趣,我下决心一定要掌握前峰雪莲的制作工艺,把这茶做好做美。”

做好一杯前峰雪莲,离不开好的原料。前峰雪莲每年清明前后开始采摘,采摘标准可谓十分苛刻,主要是新萌发未展开的芽苞,芽长2.5厘米左右,芽粗0.2~0.3厘米。

“幼嫩的芽叶,具有丰富的内含成分,为形成雪莲茶的品质风格提供了先天条件。采回的芽苞必须经过拣剔,剔除鱼叶、单片等夹杂物,以保持原料的匀整度。拣好的芽叶薄摊在竹匾上,摊放1~2小时,待表面水分蒸发后方可炒制。”史宝林说。

炒制最关键的工序是杀青,一定要杀匀、杀透,以保证香气和滋味。揉捻要靠手感和经验去把握,做到轻重有度。搓团提毫阶段也非常关键,这是形成前峰雪莲独特外形和内质的重要工序,既要保证茶叶不碎,又要保证茶叶充分显毫。

说起制茶,史宝林可谓滔滔不绝,“做了40年的茶,以前是为了拿工资,完成工作任务,现在则不然,做茶是一种享受、一种快乐,每炒一锅茶出来,都有一种成就感、幸福感!鲁迅先生说得好,有好茶喝、会喝好茶,是一种清福!我觉得会做好茶,能做好茶,也是一种清福!”史宝林说。

随着机械化高度发达,机器做茶正在取代手工炒茶,传统技艺面临挑战。史宝林却认为:“好的手工茶目前机械还无法替代。茶叶是有生命的,制茶需要用心去倾听和感受,让茶叶释放生命的清香。手工做茶,需平心静气,用心感悟,这既是一项技能,也是一趟心性的修行。”

如今从事传统手工制茶的人越来越少,一杯手工制作的茶不仅有怡人的香气,更饱含制茶师的执着与坚守。

茶乡采风

茶早市, 跟我来转转

赵光辉

听说嵊州仙湖路茶叶城有茶叶早市,笔者慕名前往。

5点,茶叶城准时开张,聚集在门前的100多人像洪水越堤一样涌进市场。一进门,他们立刻驾轻就熟地分散到已经开门营业的批发档口,开始了当天的交易。

只见,批发商们抓出茶叶放进秤盘看看、闻闻,随即看样出价,双方谈妥后过秤、收付款。整个交易过程,没有看到有批发商冲泡品尝。

“依靠多年的实践,基本能掌握嵊州市各乡镇生产的茶叶质量和每一天的初步价格。”已经干这行近30年的朱国安说。朱国安是批发商,他和其他批发商一样,身上有着鲜明的共性:一是外形上,大多穿着大褂子工作服,虽然有的是纯蓝色,有的是迷彩,但一看就是档口的老板;二是谈话上,他们的言行都不自觉地流露出商业领域的积淀和素养。

而来早市卖茶叶的人多是茶叶加工坊的老板,属于茶产业上游,但又有别于茶农,第一时间用扁担挑下山,装车运到市场批发档口,正好能赶上早市开门。刘昌位介绍,他一般是前天晚饭后开始收购茶叶,有四五百斤后便开机器炒茶。十几台炒茶机,一刻不停地工作到凌晨三四点,能炒出百十来斤干茶来。此时,天还未亮,刘昌位把它们分装进两个大袋子,第一时间用扁担挑下山,装车运到市场批发档口,正好能赶上早市开门。

刘昌位过去也种茶,也会手工炒茶。他伸出双手给笔者看,那正是一双布满劳动痕迹的手。过去炒茶十几年,他全是手工制茶。现在来市场交易的这些人,则大都采用了机器加工,一是效率高、产量

高,二是省却了手工的辛苦。另一位加工坊老板王伯林来自金庭镇后山村,家里有5台制茶机器。“春茶季这四五十天,我们都是这样黑白颠倒过来的。”笔者看他一路小跑冲进市场,问他缘由。他笑答:“现在接近春茶季尾声了,价格从最高时的七八十元一斤掉到现在的四五十元一斤,不赶紧卖了还等什么?”

在此处交易的茶叶大多是越乡龙井,一般价位在一斤四五十元到五六十元左右,再高就有些不合群了。我看到有一个加工户的茶叶采用的是更好的芽头,他一斤想卖到一百五六十元,直到最后才有档口老板给收了去。

崇仁镇茶亭岗村的宣秀芳,是笔者这次早市见到的为数不多的来卖茶的女性。她的微信名叫“天天快乐”。今天早上她的干茶卖了2500多块,应该能让她快乐吧?

档口收购完成后,批发商们会把这些来自不同加工坊的茶倒到一张布上,用塑料膜混合均匀。朱国安介绍,收购茶叶后,还需要用人工或机器筛去茶末和老片,才能成为成品,再按照全国各地经销商的订单发运出去。

从茶农种植、采摘,到加工户加工成干茶,再到批发市场;再由批发市场处理、包装、发运到全国各地,借助嵊州茶叶早市,笔者大致了解了嵊州龙井茶生产供应的运转过程。但如何销售,销售得怎样,还要看终端市场的运作。朱国安说,他经销的茶在山东销得最好。现在来交易的人少多了,最多的时候,要有当天人数的十倍左右。

不到一个小时,加工户们带着卖茶钱,已不见踪影。5:55,茶叶城门前变得空荡荡、静悄悄。