

茶业视点

百年老字号茶企掌门人湛超美:

“在进博会,我定下了一个小目标!”

本报记者 徐金玉

“它的口感很不错,黑茶和红茶有什么区别,安化黑茶又有什么特点呢?”在第六届进博会湖南老字号非遗馆内,百年老字号——晋丰厚茶行总会吸引不少外国参展观众的目光,他们饶有兴趣地坐下,享受这款东方茶饮带来的奇妙体验,并频频用英文抛出疑问。

每每听到这个问题,该茶行董事长、第七代掌门人湛超美都会莞尔一笑,她熟练地用起手机的同声翻译软件,先来一番红茶与黑茶名称的科普:black是指黑色,red是指红色,但英文中的红茶却翻译为black tea,黑茶则是dark tea,二者的工艺不同,这种称呼的“错位”也是历史原因造成的美丽错误……

从当年红茶漂洋过海的丝路之旅,到安化黑茶与红茶完全不同的制作技艺,湛超美一边行云流水地冲泡着,一边将黑茶发展的历史脉络娓娓道来。一席茶桌,两相对饮,看似语言不通,却是博古通今,交流得相当热烈。

“这次同声翻译软件帮了大忙,也让我将许久未练的英语又重温了一遍。”看向络绎不绝的参展观众,湛超美深有感触,“这是新冠疫情后进博会首次全面恢复线下办展,所以人气特别旺,现场来的外国友人也很多,我们的展位就有来自美国、印尼、泰国、日本等多国观众前来光顾,大家都对老字号的安化黑茶青睐有加。”

此次,已是湛超美第二次参展



在第六届进博会现场,湛超美一边行云流水地冲泡着,一边向国际友人娓娓道来黑茶文化。

进博会。“我们在湖南雨花非遗馆的组织下一同前来,深感政府相关部门对于非遗老字号的重视,同时也在现场,也能亲身体会到观众对于传统文化、非遗项目以及老字号的关注和支持,他们会主动问起企业发展的来龙去脉,也会对安化黑茶的历史文化做更深的了解。”

此时,湛超美一句顺口溜般的推荐语总会引来现场一片笑声:“安化黑茶帮助消化,调理肠胃,除了身高不降,其他都降(意指降四高,降血压、血脂、血糖、尿酸)!”人们也在欢乐温馨的互动中,聆听起晋丰厚传承百年的风雨

茶路。

“晋丰厚茶行始创于1810年,有着200多年的历史,主要生产干两茶、砖茶等安化黑茶产品,曾沿着万里茶路远销蒙古、俄罗斯等国家。作为老字号的茶企,我们一代代人接过接力棒发展至今,传承二字并非嘴上轻飘飘讲出来的,而是在高低起伏、曲折坎坷的历程中一步步脚踏实地地走过来的,这个过程中充满考验,要耐得住寂寞、禁得住诱惑,始终葆有一份初心。这份初心就是对工艺的坚守、对品质的把控。”湛超美说。

这些天来,已进入“进博会模

式”的湛超美,几乎抽不出时间去逛其他展位。

“根本没有空闲,从早上8点进馆以后,一直不停地泡茶。”湛超美笑着说,为了保证参展观众随时到展位都有茶喝,她特意带来了一个大号煮茶桶,容量在6-8升,平均每天都要煮5大桶茶才够用。

“我还准备了2500多个航空杯供大家品用,这才到11月8号,仅4天时间已经全部用完了。”湛超美说,观众们对晋丰厚安化黑茶的兴趣浓厚,常常是已过闭馆时间了,还是不愿走,“我们每天几乎都是被工作人员催促才离开的,大家都是边喝边聊,意犹未尽。”

在湛超美看来,进博会汇聚了全球“新、潮、优”的商品,既有前沿的科技产品和创新性解决方案,也少不了茶这样具有历史文化和品饮价值的中国元素。

“进博会,对于我们的品牌宣传和产品销售都有很大帮助。面对中高端客群,我们要做到的就是修好内功,做好产品,让他们了解到具有厚重历史的安化黑茶老字号企业名不虚传。”湛超美笑着说,除此之外,她还有一项额外的“作业”,就是要在平日加强英语学习,以便能更好地与外国友人沟通。

“茶文化交流,不仅要会语言的行家,也要是茶的家,要懂茶、要精通茶的知识,这样才能在情感互动中,更好地向世界讲好中国茶故事。我明年一定会再来进博会,到时也会再上层楼!”湛超美说。

异域茶情

茶,土耳其人生活的一道风景

姚国坤 关剑平



子母壶

土耳其的茶文化由来已久,早在公元5世纪,当地商人便已经来中国进行茶叶贸易。如今,土耳其是茶叶生产国、茶叶消费国中的后起之秀,其最大的茶区里泽,主要生产传统红茶,供应国内市场,少量出口俄罗斯和英国等国家。

土耳其是一个茶文化很兴盛的国度,茶是土耳其人的生活必需品,可以说,茶渗透到了土耳其的每个角落;在城市里,不但茶馆星罗棋布,到处还可以看见走街串巷、挨门挨户送茶的快递员,各个公司还有专人负责煮茶、卖茶和送茶等。

学校更是如此,不仅专门开设茶室,让学生在课间休息时喝茶,还为教师专门安装了电铃,以便叫人送茶。喝茶已然成为土耳其一道颇具特色的生活景观。

土耳其的“饮茶”也是蔚然成风。“饮”是享受的意思,“饮茶”就是指上茶楼饮茶,边饮茶边吃糕点。

土耳其人喜欢煮茶,传统的煮茶器具是铜茶壶,常使用一大一小两把。先将大茶壶放置在火炉上煮水,再用小茶壶煮成浓茶汁。饮茶器具就是较为普通的小玻璃杯,按个人对茶浓淡的需求,将小茶壶中的浓茶汁和大茶壶内的沸水进行配比稀释,倒入杯中七八分满后,加入白糖,搅拌均匀之后便可饮用。

土耳其茶具简约而又别致,通常情况下都是一对大小茶壶、几只杯子、小匙、小碟等。由于土耳其的

银制品世界知名,其银质茶具甚多,做工精美,精雕细琢。

式样别致的子母壶可以说是土耳其茶具的一大奇观。子母壶一般为双层宝塔形,母壶在下面烧开水,子壶在上面盛浓茶,子壶同时也是母壶的壶盖,而母壶的水蒸气直烘子壶的壶底,可以温热子壶内的茶汤。

子母壶形态各异,有的母壶和子壶大小差不多,像葫芦一样套在一起;有的母壶大一些,子壶小得像母壶的盖子,形态别致。材质也是多种多样,有奢侈华丽的银茶壶、传统的金色铜壶,刻有经典图案花纹的锡茶壶,还有现代色彩的不锈钢茶壶等。

土耳其人日常生活除了饮用红茶以外,也十分喜欢各种各样的调饮茶,诸如葡萄酒、薄荷茶、苹果茶、杏子茶等。

苹果茶已经成了土耳其的一种招牌饮品,一般游客到土耳其观光旅游,一定会喝上一杯当地的苹果茶,否则好像没来过土耳其似的。苹果茶的制作方式是将红茶先冲泡好,苹果打碎搅拌在一起,然后煮熟,最后将剩下的残渣过滤干净,即可饮用。

如今,土耳其市场上有大量的成包装的苹果茶,这是一款用苹果、红茶、蜂蜜等制成的干燥固体冲泡饮料,打开包装后直接用沸水冲泡,方便快捷。

(作者姚国坤系中国国际茶文化研究会学术委员会副主任、世界茶文化学术研究会副会长,关剑平系浙江农林大学教授)

茶论道

宋徽宗对茶道艺术的多重贡献

周重林

宋徽宗赵佶于茶之贡献,对后世有深远影响,有些层面上超过了茶圣陆羽。

他说粮食是为了抵御饥饿,丝麻是为了抵御寒冷,大家都明白这个道理;但茶的妙处,却不是每个人都能够领略到。他认为茶是一种艺术,是一种能够开阔胸襟,带来淡泊高雅境界与清白德义的食品。如果终日三餐发愁,户外枪火不断,人们陷在劳苦与忧愁中,是不可能悠闲与闲心来品饮茶的,所以赵佶说,品茶行为是盛世之清尚。

赵佶对茶的原产地、原材料以及制作方式的极致追求,也缔造了中国古代制茶艺术的巅峰时刻。茶的产地要阳崖阴林,茶的品种以白茶(不同于现在的白茶)为上,采摘的时间明确在日出之前,采摘时只能用指甲掐,鲜叶必须分拣评级后才能进入制作环节。

龙团胜雪、御苑玉芽、万寿龙芽、太平嘉瑞、清白可鉴……他对贡茶的命名也值得说说,有些是按原料等级,有些是按照造型样式,有些是美好寄托。宋徽宗把自己对茶文化的热爱,以一种其他茶人达不到的方式呈现出来:用天下最好的原料,请最好的茶工,做出最好的茶,并赋予它们特定的价值与意义。

赵佶同样带来了品茶艺术的高峰,把如何呈现茶道艺术的方法公布于世。他的七汤点茶法,既有可供欣赏的艺术形式,又有具体的操作手法,其妙处就像真真正正悟到了屋漏痕的书法真谛,褚遂良领悟了锥画沙的书法真谛一样。他用茶筴点茶,使得击拂出乳雾的点茶艺术更加丰富饱满,茶人用茶筴点茶,就像将军拔剑,一碗茶汤的生死,全在双手之间。

宋徽宗注意到点茶注水的汤瓶要控水与断水自如,关键便在于汤瓶从口到嘴的这段,汤瓶的嘴像鸟嘴一样,口小而尖锐,出水口稍

大且直,这样注入茶盖的水流好控制,且不会滴沥不尽。

“香甘重滑”是赵佶评价好茶的标准,同样影响至今。

香,自然是指茶里的香气,也指茶水里的香气。现在已知的茶香有上百种,但宋徽宗时期的茶香讲究真香,而不是混合了其他香料的香,诸如加了龙脑、麝香后的香。

甘,就是甜,持久的甜感。所谓清感,就是茶水通过口腔、喉咽的那种柔软畅快而又细腻体贴的感觉。与清感对立的是涩感,涩感是茶多酚遭遇唾液中的蛋白质而导致的窒碍物感,为了消除这种涩感,从种茶环节就要开始注意,不能让茶叶过多照射阳光,制作时要更多地榨去茶汁。

重,就是厚重,强调滋味的饱满度与丰富度。这种滋味是叠加的、多重的、厚实的,茶汤的醇厚感强烈地冲击口腔、喉咽、肠胃、大脑,先从上而下,再从下而上,刺激大脑神经。

厚重是茶多酚、茶多糖、氨基酸、咖啡碱、茶叶碱等多种成分在口腔里迸发之效果,之后才带来所谓的茶气,游离于口感之外,在身体各部位如手心、腹部、后背、额头等处感受到茶气的游走,能对上卢全的七碗茶歌,多么令人愉悦!

赵佶评价茶饼的部分,后人不太重视,这是因为明清以来改喝散茶,茶叶形态出现了根本性的变化。但如今普洱茶饼、白茶饼的流行,使得赵佶构想的赏饼法再次回归。

紧压茶风格与散茶有着很大的不同,陆羽在《茶经》里提出了茶饼欣赏的八个等级。在《大观茶论》里,赵佶从风骨、润度、紧实度、条索、滋味以及香气等六方面对茶饼做出了评审,成为今天紧压茶评审的理论来源。

总而言之,在陆羽、蔡襄等人之后,宋徽宗赵佶把茶学推向了新局面。

(作者系茶文化学者,著有《茶叶战争》)

茶韵飘香进博会

本报记者 李元丽

“快坐下,尝尝来自台湾这款冻顶乌龙茶。”8日,在第六届进博会的1.1H展位前,一位身着粉红色外套的台湾参展商热情地招呼着前来品尝的观众。

“你家的茶好香呀,我老远就闻到香味了。”王女士边说边坐,迫不及待地品饮起来,“蜜香、果香、奶香……确实不错。”

记者随之也加入品鉴行列,还未细品,只是在杯口嗅上一嗅,就为它的香气着迷,一种清新感萦绕鼻尖。

王女士告诉记者,冻顶乌龙茶是台湾茶的代表茶品,很有文艺小清新的感觉,素有“北包种,南冻顶”之称。

冻顶乌龙茶为什么是“小清新”?参展商洪于婷接过话茬,“我们的茶树长在砂质黏土冻顶山,这座山云雾缭绕,加上日光较为强烈、天气温暖,造就了冻顶茶入口稍有刺激感,但是回甘较强且带熟花香的滋味。茶叶经过烘焙之后,这种回甘更显。你看它茶汤清爽,汤色金黄透亮,茶香清新独特,用现在的话说是有着‘小清新’风。”

洪于婷告诉记者,从2018年

参加进博会以来,除了疫情3年外,她年年都会到场。“我们希望台湾茶能搭上进博会的快车,通过这个平台链接全球贸易。”进博会一结束,洪于婷将马不停蹄地赶去武夷山参加茶博会。她希望以茶为媒,以茶促融,与大陆茶企和消费者多交流、多合作,让更多人品鉴茶香茶韵。

“老板,给我来两盒!”“老板,我也要两盒……”品鉴甫一结束,茶友们纷纷现场下单,把这份来自台湾的“小清新”装进购物袋中。

而让不少参展观众意想不到的,是非洲国家肯尼亚也产茶。进博会上,不少参观者在非洲野毫茶的展位驻足停留。展位负责人告诉记者,肯尼亚一些地方海拔在1500米到2700米之间,茶区就分布在高海拔的高原丘陵地带。这里雨水充沛、光照充足、土壤肥沃,非常适合茶叶生长。这里生长出来的茶树几乎不需要打理,无农药、无化肥,如此干净的茶引来不少参展商的目光,都向他们表达了合作意向。

对于此次带来的肯尼亚茶叶,该负责人信心十足:“肯尼亚的茶



参展商洪于婷现场泡茶

叶传统而纯正,一定能得到中国品茶者的喜欢。”

“来,尝尝肯尼亚野毫茶看看味道怎么样,是不是比绿茶更清口一些。”负责人随即拿出一撮茶叶放在手里,指导记者看茶叶的门道——用手机镜头对着干茶,放大3倍,茶叶上绒毛清晰可见。“有毫的鲜叶,嫩度在一芽一叶以上,经过与白茶相似的制茶过程,冲泡时会散发出特有的香味,叫毫香。肯尼亚绿茶、白茶等产品也广受欢迎。”该负责人说。

展位上还有另一款茶,引起了记者注意。“我们这款是富硒茶,以辣木叶为原料,采用了中国采茶制茶技术,已经让肯尼亚上千名农民脱贫致富。”该负责人介绍,非

洲当地人也喝茶制茶,但技艺较为粗糙,主要是用机器将老叶新芽一股脑儿收割下来,打成碎末,因此只能卖出很低的价格。后来,在中国科学院技术助力之下,从源头开始更新:农户获得了优良的辣木种子,这种适合在赤道地区生长的树种,每公斤叶片含硒量达0.25毫克。同时,中国科学院工作人员向肯尼亚农户输出种植技术和采摘制茶模式,让农户执行相关标准,再进行统一收购。这种采购方法大大提升了富硒茶的品质,50克茶能卖到200多元人民币。

“中国技术为肯尼亚人带来增收机会,进博会则为独特的肯尼亚植物产品打开了销路。我可以肯定地告诉你,明年进博会,我们一定会再来!”该负责人说。

的一个纽带。”英中贸易协会CEO晏安竹说,“就像在中国一样,茶也是英国的重要饮品,虽然风格有所不同,但人们对茶及茶文化的感知与鉴赏大同小异。我相信,通过此次活动将进一步加强中英两国间的贸易联系。”

“我们带着健康、带着友谊、带着祝福、带着福建茶无穷的魅力来到这里,希望让更多的英国朋友、欧洲朋友了解福建茶、接受福建茶、热爱福建茶,促进双边茶叶贸易发展。”陈明旺表示,将以茶为媒、以茶文化结缘,不断深化中国福建与英国以及欧洲各国的经贸文化交流与合作,共同搭建中英友谊新桥梁。

据了解,自2016年“闽茶海丝行”开展以来,已先后走进欧洲、亚洲等14个国家和中国香港地区,并设立了14个境外“闽茶文化推广中心”,辐射全球50多个国家和地区,形成了政府牵头、文化搭台、企业唱戏的活动机制。此外,迄今为止,“闽茶海丝行”参与的福建龙头茶企已有20多家,同多国客商签订茶叶经贸合同,累计金额达29.91亿元。

助茶一线

多彩闽茶 香满海丝

——2023年“闽茶海丝行”在英国伦敦启动

本报记者 王惠兵

“当时钟敲响四下时,世上的一切瞬间为茶而停。”在英国这句流传甚广的民谣里,大型福建茶经贸文化交流活动——2023年“闽茶海丝行”活动日前在英国伦敦正式启动。

此次活动由福建省农业农村厅主办,以“海丝茶缘·中英传情”为主题。历时10天的活动中,主办方组织重点茶企深入英国、马来西亚、新加坡三国,以茶为媒、以茶会友,以茶文化与茶经济结缘,深化福建与国外茶叶经贸文化交流与合作,扩大闽茶国际影响力和市场占有率。

启动活动现场,在中英两国上百名嘉宾的见证下,福建省农业农村厅

厅长陈明旺向欧洲福建侨团联合总会英国主席团进行了“闽茶文化推广中心”授牌,期待依托海外(闽籍)华侨华人社团的资源,以商业为纽带,以“合作共赢,互惠互利”为目标,积极发挥中心的载体和窗口作用,持续开展产品推介与茶文化宣传,打造闽茶外销的“桥头堡”。

随后,华祥苑、品品香、日春、永生、武夷星、八马等6家福建品牌茶企代表纷纷上台同英国经销商代表签订经贸合作协议,共同开拓英国乃至欧洲茶叶消费市场,现场签约总金额达2.35亿元。

下午4时,“多彩闽茶·香约英

伦”——中国(福建)工夫茶会在清香四溢中准时开启。中英两国嘉宾以“多彩闽茶”为茶品,以工夫茶的冲泡方式悠闲打开了“下午茶”模式,并在共叙茶缘之余,在《万里海丝,闽茶飘香》视频、茶艺表演中,沉浸式感受“多彩闽茶”的香韵与魅力。

“希望借此活动,以茶为媒,为爱茶的两国人民搭建起合作桥梁,让拥有百年历史的中英茶叶贸易在新时代焕发新活力,让闽茶的茶香、茶韵、茶文化在英伦香飘四溢、走进千家万户。”手捧香茗,中国驻英大使馆公使包玲说道。

“茶,是英国与中国福建之间联系