

茶业视点



自有茶滋味

“冲”出年货赛道

本报记者 徐金玉

“所有女生注意喽，好的产地、优质的龙井茶，15号宝贝上链接了！”

“好，没有了！补第二批货！”1月25日晚，在某电商平台的直播间内，主播李佳琦的声音刚落，卢正浩年货茶叶礼盒便被“秒杀”一空。

彼时，这款产品的样品刚被冲泡进玻璃杯内，鲜嫩的芽叶微微舒展，茶汤还冒着热气。

“说实话，大家购买年货的热情和购买力，都超出了我的预期。”杭州正浩茶叶有限公司总经理胡璧如，当时正紧盯后台数据。

“产品1次上架为5000件，由于供不应求，我们上架了3次。20分钟内，销量突破了1万单！”胡璧如笑着说。

这样的数字，离不开她的“老朋友”。“这已是我和李佳琦团队的第6次合作。最初的接洽，始于2019年。我们在选品理念上很合拍，在中秋主题、非遗主题合作上，成绩都很不错。这次年货主题再度联手，又一次全新体验。”

胡璧如坦言，线上买年货成为流行模式，各电商平台在春节赛道全力奔跑，头部主播的直播间产品席位，也是一票难求。

“中间历经多番沟通和改期，终于在电商平台年货节活动的最后一天亮相。能有这个排期，实属不易。”胡璧如说。年货准备甚至也是个力气活儿，她和员工们为此进行了一场“白+黑”的时间战。

“当前，西湖龙井产品面临转型升级，较为突出的一个特点体现在包装上：更便捷、更轻盈、更有特色。像此次年货力推的这款产品包装，不再是常见的一大罐或一大包，而是一个绿色茶罐的独立包装。每3g一包，做成食品级铝箔袋，再用充氮技术进行保鲜，既能将鲜茶的色香味牢牢锁住，又方便携带冲饮。”胡璧如说，而相应地，他们的工作也比以往更为繁重。为了准备近1.5万件的年货现货，他们加班加点，生产出了共计四五十万袋的产品。

而相较于年货市场上屡见不鲜的红色和黄色包装，此次的年货推

品，胡璧如的用色也颇为大胆——明晃晃的绿色。

“这是西湖龙井的颜色，我们称之为‘西湖绿’。正如众所周知的品牌蒂芙尼蓝一样，我们也想让其成为消费者心中具有标识性的颜色，打破人们对年货固有标签认知的同时，也能进一步加深消费者对西湖龙井品牌的认识和了解。当然，这样的选色可能会顶着主流年货市场的压力，但也同样能让人们眼前一亮。在众多选品中脱颖而出。从目前的销量来看，这次试水很有价值。”

在春节备年货的当下，胡璧如所签的5位主播也是加足火力。“他们每天坚持在天猫、京东、抖音等不同平台进行直播，分别播4个小时和8个小时。多亮相、多尝试，时间总会给我们答案。”胡璧如说。

年茶福礼，是一个喜庆的传统习俗，也是摆在茶企面前的一道开放题。如何在激烈竞争的赛道中突出重围，在同样的主题内玩出新意，胡璧如或许是众多锐意尝鲜者中的一个缩影。

每年回美国过年时，美国侨商联合会常务副会长曾文的行李总是满满当当。无一例外地，占地方最大、数量最多的年货，当属他精心挑选的中国茶。于他而言，茶是回美国过年时的标配，亦是心中真正的年的滋味。

“我祖籍福建长乐，爱茶是天生的。”曾文笑着介绍。曾文家三代华侨，年幼时他跟随祖父和父亲的足迹远赴大洋彼岸，融入当地生活的他，也曾习惯整日与美式咖啡相伴。

“但我一定长了个中国胃，越是年长，越中意中国茶。现在在我每天雷打不动的习惯，还是泡上一壶老家的茶叶。用自己喜爱的茶器，冲泡浓浓的大红袍或煮一壶古树老白茶，真是我一天中最大的满足。”曾文说。

“自此，像是和亲戚朋友间约定俗成的默契一般，他过年时，定要挑选一些好茶作为礼物带回去。”

“我每次带回去的茶叶种类很多，而必不可少的一定是福建特产茶叶，比如白茶、红茶、乌龙茶，当然还有云南的普洱茶，生普、熟普都有，有时也会特意托朋友提前购买当季的西湖龙井，放到冰箱冷藏好等到过年带回去，与家人朋友一起分享。”曾文说。

有时，他还会专门订制新春礼盒，配上从宜兴手工匠人的作坊里精心挑选的纯手工紫砂壶，或是景德镇的青花瓷盖碗和主人杯，把这些带有中国元素的礼物带到美国送给朋友，在传播中国茶文化的同时，还讲好了中国传统文化和历史文化。

曾文在美国家中还专门装修了一间古色古香的茶室，置身其中，就如同回到了福建老家一样。这里，亦是他以茶会友的所在，也俨然成了他为外国朋友们开设的茶课堂。“民间有句俗语，白茶是‘一年茶，三年药，七年宝’。像我们福建的白茶根据芽叶的不同，品级一般分四种：白毫银针、白牡丹、贡眉、寿眉，白茶的功效作用也很多，美容养颜、清热明目、降压降脂、增强免疫力，平日里有伤风感冒，我都会煮一壶老白茶，帮助身体尽快恢复。”曾文经常分享茶知识。

最开始，他的外国朋友还很难感受到茶的魅力。“尤其是看到喝茶时用的迷你小茶杯，很是诧异，茶汤几口就喝没了，很不习惯。我就缓缓地泡、慢慢地教，现在，他们不仅能体味出香气的不同、滋味的好坏，而且都特别喜欢，每次来都会主动地让我泡茶喝。”曾文笑着说。尤其是逢年过节，在美国与亲友相聚时，他都会沏壶茶，茶的清香溢满厅堂，沁人心脾……

“和亲朋们谈笑风生，在品茶中思索、感悟、成长，也让在美的华侨华人还有外国友人，能在这样的礼仪中感受到中国茶文化和我们对中美友好的美好祝愿。”曾文说。

游子心中，茶是年的滋味

本报记者 徐金玉

新春办年货 线上茶亦香

——四川新春年货节寻茶小记

本报实习记者 高琳琳

“7号馆是茶叶茶具馆，囤年货，购茶礼，四川的川红不要错过。”“新年就要喝滇红，喝完才能一‘泡’到红。”

听到这样的叫卖声，您一定以为到了哪里的年货大集。但事实上，这是一场线上新春年货节的直播活动。1月23日，第25届四川新春年货购物节暨天府旅游美食节线上展拉开帷幕，各色茶香搭乘互联网的翅膀，一瞬间，飘到全国各地。

2021年初，为响应国家开展“全国网上年货节”的号召，西安、天津等茶叶产区积极引入各地优质茗茶、充实年货节商品，四川作为最古老的茶产区，更是如火如荼地开展线上年货节，直销当地好茶。这不仅为商家提供了销售的好时机，还为居家消费者们购置年货提供便利条件。

“点进四川新春年货节小程序，进入茶叶茶具馆内，里面共有70多家展销供您挑选。”四川年货节每日好物推荐的直播中，带货主播热情

地介绍四川各色名茶，并穿插讲解微信小程序上的购买方式。

这也是线上年货节吸引人的一个亮点——顾客不仅可以自主挑选茶品，还可以与带货主播互动。主播会根据顾客需求进行精准推送，“有没有花毛峰啊，我就爱喝这种绿茶。”“有的，您点击我们微信小程序，进入7号馆茶叶茶具馆页面进行搜索即可。”网名为“茉莉花”的网友通过弹幕的方式询问。

“春节期间大家爱喝茉莉花茶，喝起来口感柔和、不苦不涩，正好解春节饭菜的油膩。不光四川本地过春节喜欢送茶叶礼盒，我们每年发往北京等地的茶礼盒也很多。”四川蒙顶山跃华茶业集团有限公司总经理张波介绍，“本次线上年货节，我们共准备了35类产品，雨前石花绿茶、明前绿茶、明前甘露、绿毛峰谷雨绿茶等，这些线上产品是往年所没有的，趁着年前供给全国消费者，带给他们四川的清新，以解思乡、思茶之愁。”

“线上卖年货，确实方便不少。平时我们得守在摊位前好几天，现在直播平台会帮我们宣传，我们只负责准备货源和发送快递。”张波介绍，“我们已经参加10多年年货节了，以茶待客，以茶交友，一直以来是中国各地的传统习俗，因此在春节期间，各类茶品的销量都很大。截至展会第二天，我们已卖出1195单，今年的销售额值得期待。”

“新春送茶，有着送健康的寓意。今年不能陪在父母身边，想着给他们买点茶，带去我的祝福。”谈起送茶礼，在南京就地过年的夏夏介绍起最近一次网购经历。“我平时不爱喝茶，网上购置茶产品经常不知道如何挑选，现在电商都有主播带货推荐，并普及茶叶知识，实在是方便不少，以后还愿意从线上买年货。”

新春线上办年货，购茶带来新体验。年关将近，购置一份年货茶，将这一缕茶香带给远方思念的人，是每个人在外过年打工人的心愿。

雅舍小筑

一壶温茶留住岁月

吴可莹

壶，还有一个半米高的大水缸。水缸的表面有些破旧，走近后敲击它，听到了水声荡漾的回音。

就在几个人七嘴八舌讨论着这个大缸的用处时，旁边桌子传来了一句浓浓的川渝话：“这是用来泡茶的水。泡茶的水可讲究咧，必须前一晚接在缸里澄清一宿，这样水才更清更甜。”说话的是一位穿着白褂、戴着眼镜、胡须花白的老人，他一手端着茶杯喝茶，一手挥着蒲扇回应着我们。在交谈中，我们得知老人是茶馆的常客，这些年即搬了家也会每天按时来茶馆报到，喝上一杯温茶和朋友们唠上几句家长里短、坊间

旧事，这似乎已经成为了他的一种习惯。老人说，茶馆建了33年了，10多年前由于租金问题险些转让，是附近川美的陈教授自愿掏腰包保住了它，之后还投资了20余万元维系经营，只要求保留里面一砖一瓦的原始模样。这10多年柴米油盐都不知道翻了几倍，只有这茶钱一如既往。陈教授说，几块钱一杯的茶不一定是好茶，但是足以供这里的老人们消磨时光。

“别人不懂他，觉得他的钱有去无回，只有我们明白他。他守住独属我们的记忆。”说到这里，老人叹了口气，指着远处一个摆满了茶杯茶罐的破旧柜子说，那些都是常客的，谁什么时候会到、谁用

什么杯子、谁的杯子放在哪儿，这几十年老板都刻在心里了。有的杯子几天没动过，有的杯子几年没动过，我们知有人可能就不再来了。说到这里，老人嘬了口茶，沉默下去。

望向店中，看着专注于打牌下棋或围在他们身旁“指点江山”的老茶客们，那些穿着亮丽端庄茶细品的游客们，每一个存在都让我品到了岁月中若隐若现的茶香。与其说是茶客见证了交通茶馆的变迁，不如说是茶馆见证着时光的流逝。

走出茶馆，街上依旧车水马龙。扭头回看，落日的余晖洒在陈旧的瓦片上，将隐于市中的交通茶馆照亮几分。

茶论道

以茶履职 健康为则

陕西省政协委员 陈文吨



刚刚结束的陕西省两会，作为来自澳门的委员，受疫情所限，我是以云上参会的方式履职的。虽然只是在“云上”，但是我格外认真地对待今年的两会。每一份报告都认真学习，每一个信息都认真对待。特别是对省政协主席韩勇在常委会工作报告中提到的，面对疫情对世界和人类造成的威胁和影响，许多政协委员踊跃投身抗疫斗争、主动担当作为等内容，我真的是感慨良多。我们携手共同抗疫，自觉凝聚共识，充分展现了新时代政协委员的责任担当。作为政协大家庭的一员，我非常荣幸。

今年的省两会开在多地疫情出现反复之时，疫情的困扰还影响着我们的工作和生活。未来一段时间，防疫工作也需常态化。我事茶多年，我想我最好的履职工作，就是首要要做好茶。因为茶是健康的，在数千年的历史中，已经为人类的健康作出过重要贡献，在疫情肆虐的当下，茶所代表的健康理念，更应该得到重视和推广。

“健康”二字，也始终是我作为茶人的从业准则。不仅是推动大众健康喝茶，也是为了产业健康发展。

我注意到，自2017年《“十三五”卫生与健康科技创新专项规划》出台后，我国大健康发展方向更加明确。作为世界三大无酒精含量的健康饮品之一的茶，也得到了新的发展良机。如何让中国茶为中国人民的健康事业充分发挥作用，让茶产业实现可持续发展，让茶深入到更广大消费者的日常生活中，并更加满足多元化、个性化的市场需求，以走向国际化，辅助提高我国乃至世界人民的体质和生活质量，这些都是长久以来引我前行的导航标。

我深信，做好茶，就是致力于给更多的人带来健康，致力于中国茶产业的复兴，也致力于推动中国茶的市场化和国际化。疫情之下，我想这也是为世界经济注入动力。

当然，我们不能停留在喊口号上，在茶产业发展的过程中，还应抓住事物的本质。比如，要客观认识茶辅助提高人类体质、提升生活质量的作用，也要认识到茶在人类交往、提升人类精神文明中的作用，这些，古老的丝绸之路已经有了很好的例证。同时，中国茶类众多，不同茶类有各自的功效以及特性，都应该本着实用性和有效性的角度来客观表达，客观宣传，避免浪费资源。

我事茶以普洱茶为主，这些年，在这一领域潜心深耕。2017年，我编撰了《普洱茶春秋》书籍，在中国人民大学出版社出版，以图文并茂的方式概述普洱茶的历史性、文物性、品饮性及功效性，旨在传播普洱茶知识，坚持“茶是用来喝的”，“喝老茶、藏新茶”等健康品饮理念，坚持“做好普洱茶”才是科学发展观。2019年，我在北京中国政协文史馆举办“普洱茶春秋——普洱老茶系列暨茶诗书法展”，以庆祝中华人民共和国成立70周年，中国人民政治协商会议成立70周年和澳门回归祖国20周年。

很荣幸，在事茶之旅中，我推广健康的理念得到政协组织的大力支持，2019年的展览，陕西省政协港澳台侨和外事委员会担任主办方，这给了我极大的鼓励。遗憾的是，由于疫情原因，本准备推动的巡展，在北京首展后暂时停滞。我期待疫情后，尽快推动下一场的展览。特别是，我期待在我的第二故乡陕西举办展览。陕西是古丝绸之路的源头，在丝绸之路上，茶叶是重要的商品，我期待普洱茶产业在“一带一路”上走得更远。

正如省两会期间，委员们都在感慨的那样，刚刚过去的2020年，各行各业都大不容易了。但困难之下，我们唯有积极应对，才能绝处逢生。这一年，我带领团队在澳门创立“中国（澳门）普洱茶健康协会”，冀望以此推广和发展普洱茶健康产业，加强澳门与祖国内地及其他国家和地区普洱茶健康产业的交流，增进各地普洱茶爱好者的合作与互动，促进澳门产业多元化发展。再者，澳门作为中国与葡语国家商贸合作服务平台，我希望以此为窗口，将普洱茶产业推向世界。也希望帮助陕西茯茶通过澳门的窗口向世界宣传和推广，积极开拓国际市场，提升中国多样茶类的国际影响力。

目前，作为澳门同胞，我正在推动企业和协会入驻珠海横琴中医药产业园，设立“中国普洱茶研究中心”以及电商销售公司。定位为对中国普洱茶健康成份的研究，量化其保健功效，希望结合中医药的养生手段，配制新型的普洱茶，兼具保健养生、创新以及便捷性，把“健康”课题尽早提上日程。以“大健康”的科学理念，实现产业链的快速、可持续发展，推动国际化市场，将中国普洱茶产业进一步提升，并传播到世界。

茶讯

“茶业蓝皮书”发布会暨

海内外茶文化交流沙龙在福州举办

本报讯（记者 王惠兵 通讯员 孙红英）近日，作为2020年首届海丝国际茶文化论坛系列活动之一，由福建省政协农业和农村委员会主办的《中国茶产业发展研究报告2020（茶业蓝皮书）》《福建省茶产业发展报告2020》新书发布会暨海内外茶文化交流沙龙在福州举办。

近年来，福建全力推进与“海丝”沿线国家的茶文化交流，先后赴南非、菲律宾、马来西亚等海上丝绸之路沿线国家开展茶道文化展演，赴14个国

家和地区组织开展“闽茶海丝行”活动，设立了12个闽茶文化推广中心和1个闽茶文化展示中心。与会人员认为，在此基础上推出的两份报告，其内容发布兼具理论和实用价值，是对茶领域发展的有益探索。

福建省政协副主席许维泽在会上致辞表示，报告以学术的视野，客观全面地梳理了近年来全国及福建省茶产业发展状况，对茶产业整体发展、产业理论及最新热点问题进行了深入探讨，提出专业见解，具有较高的行业发展参考价值。