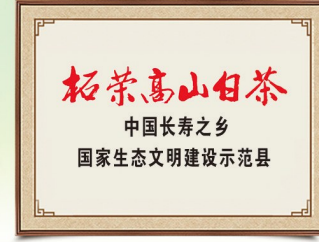


◎联办单位: 宁德市茶产业发展中心 宁德市海峡茶业交流协会

◎承办单位: 福鼎市茶产业发展中心 福安市茶产业发展中心 寿宁县茶产业发展中心 周宁县茶产业发展中心 柘荣县茶产业发展中心 蕉城区茶产业发展中心



茶人茶事

畚族制茶传人雷忠新的坚守:

传统+创新,让寿宁乌茶更有韵

雾起时云烟缭绕,风起时天高云淡。在寿宁县凤阳镇德德村,海拔近900米的山岗之上,一垄垄茶树仿佛是绿色长龙绕山而卧,一道道由茶树铺设的绿色“台阶”蜿蜒而上,在自然山林之间显得分外赏心悦目。很难想象,在2006年之前,这里却是一片荒芜。

作为这片茶山的管理者,雷忠新是一名地道的畚族“茶二代”。

在雷忠新的记忆中,父亲雷明双身上总是伴着浓浓茶香。从普通的一名山间茶农,到钻研制茶工艺,再到创办家庭制茶小作坊,与茶打了一辈子交道的雷明双用言传身教,在雷忠新心中栽下了一颗“爱茶”的种子。

成年后的雷忠新,和寿宁大多数大山里的孩子一样,选择走出山门,远赴大城市打拼。但在外闯荡多年,那一缕缕茶香始终是雷忠新难以忘怀的牵挂。2006年,在外闯荡多年的雷忠新毅然放下在外的事业,回乡接续着父亲的茶叶梦。

“那时候,村里正在推广铁观音这一茶叶新品种。父亲和我认为这是一个好机遇。”雷忠新说。

购买制茶机器,参加制茶培训,雷忠新和父亲全身心投入到新一轮创业中。但有时理想很丰满,现实却很骨感。做出的铁观音市场反响平平。

一次失败没有让父子俩就此消沉。经过市场调研和多方走访,雷忠新有了新想法——利用铁观音的工序做红茶。说干就干。经过努力,这款铁观音顺利推出。

凤阳乡贤在试喝以后,纷纷给予较高的评价,并自发向身边亲朋好友推



雷忠新(左一)对传统红茶工艺和创新制茶工艺进行对比和研究

荐。口口相传下,这一新款红茶逐步打开了市场。

客户的肯定给了雷忠新对传统红茶进行创新的信心。参加福安农校、茶科所培训,参与政府组织的各类斗茶赛,在不断学习、交流、探讨中,雷忠新的制茶技艺不断成熟,新款红茶的口感和品质也得到了进一步提升。

2009年,雷忠新和父亲正式创办了畚韵红茶厂,开启了从家庭作坊向现代化茶企迈进的新篇章。企业当年便生产优质红茶、撬茶1500多担,年产值1000多万元,并在2010年第一届寿宁斗茶赛

中夺得二等奖。

2011年,雷忠新注册成立了梦仙红茶叶农民专业合作社,申请注册了“畚韵红”商标,引入白芽奇兰、金牡丹、铁观音、黄观音等茶叶新品种,扩种生态茶叶基地200多亩,并于2012年注册成立了宁德市畚韵红茶业有限公司,采取“公司+基地+合作社+农户”的模式,以公司为龙头,基地和合作社为纽带,以农户为基础,走出一条产业发展新路子。

十年耕耘,带来了企业稳步发展。但雷忠新发现,虽然制作的红茶销售逐年向好,可辨识度和品牌附加值依然不高。如

何打破这一瓶颈?近年来,寿宁刮起的茶叶“黑旋风”为他带来了新契机。

近年来,寿宁县以“寿宁高山茶”为基础公共品牌,汇聚寿宁茶业龙头企业和制茶大师、非遗传承人全力推进寿宁茶叶二级品牌“寿宁乌茶”的打造。

“寿宁人就要做寿宁的茶”。雷明双、雷忠新父子是第一批响应号召的茶人。“乌茶是独具寿宁特色的高香红茶,具有历史悠久、技艺精湛和品质优异三大特点。我们在传统红茶的制作技艺上加入了新工艺,自主研发推出了‘畚韵红’乌茶这一产品。”雷忠新介绍,“畚韵红”乌茶经萎凋、揉捻、发酵、干燥、精制等18道工序精制而成,汤水入杯,金毫显露,条索紧细,汤色红浓明艳,滋味醇厚回甘,深受消费者的欢迎,畅销北京、上海、西安、福州等地。

经过多年的悉心经营,宁德市畚韵红茶业有限公司从最初的粗放式生产转型成为集种植、生产、加工、销售及培训为一体的现代示范企业。去年,雷忠新还大手笔投入,建成了多功能楼和新型萎凋房,并对生产线进行了提档升级,实现年生产红茶、绿茶、自茶干茶300多吨,年产值3000多万元。并带动周边1200户群众发展茶叶3000多亩,户均增收6000多元。

“作为地道的畚族企业,我们两代人坚持种茶与制茶、卖茶,我们希望通过我们的坚守,让更多的消费者喝出我们独特的高山云雾之乡寿宁乌茶的独特韵味,让凤阳的茶叶扬名在外。”雷忠新说。

□ 闽东日报·新宁德客户端记者 林翠慧 刘霄鹏 文/图

陈香坦洋工夫茶研究成果发布会在榕举办

本报讯(兰文馨)继《陈香坦洋工夫》团体标准发布后,9月12日,陈香坦洋工夫茶研究成果发布会在福州三坊七巷坦洋工夫体验中心举办。现场首次发布陈香坦洋工夫科研成果,并举办福安坦洋工夫茶品鉴会。

作为本次发布会的重头戏,福建省中医药科学院科技产业首席专家研究员王宫介绍了福安坦洋工夫茶研究的基本情况阶段性成果。他表示,坦洋工夫茶在干燥、避光、密闭及无异味的环境下是可以保存的,期间茶叶内含成分缓慢变化,对人体健康有益,建议最佳储存时间为5年至6年。

茶业动态 福鼎白茶“茗”动香江 打造国际传播力

本报讯(蔡丽军)日前,由香港贸易发展局主办的香港美食商贸博览在香港湾仔会议展览中心举办。作为中国白茶原产地、中国白茶之乡的福鼎市,组织茶叶企业参展、推介、签约、洽谈,以茶为媒,打造国际传播力。

香港美食博览暨香港国际茶展是亚洲地区最大的食品展之一,为香港市民及国内外买家带来环球佳肴美食和新颖产品。今年的展览贸易区有“美食博览”“香港国际茶展”“美与健康生活博览”“家电家居博览”“美食商贸博览”5个展览区域,展会吸引了超过1800家来自24个国家及地区的参展商和参展团参与,福鼎白茶此次参展以企业唱主角,广福、泰美、鼎白、广清、太姥山名茶、东南多奇等6家茶企抱团参展,通过专场推介、项目签约、品鉴茶会、考察交流等,也借由“闽茶海丝行”的契机,在香港硬核“圈粉”。

借助香港国际茶展,参展茶企把“战线”延伸到国际,广福企业除了主打福鼎白茶牡丹、寿眉外,加工茶、茶饮料、茶食品和新式茶饮更是迎合香港年轻人的茶饮新方式。“将福鼎白茶与咖啡、奶品、茶点、茶艺等元素结合,这是我们一种推介方式,也能促使我们更主动地去了解国际市场。”福建省广福茶业有限责任公司销售总监李红表示。

泰美企业多年前已经在亚马逊平台上线福鼎白茶展示与销售专区,此次更是以香港为平台,利用国际茶展契机,拓展东南亚市场,也让世界共享福鼎白茶的独特韵味和魅力。

太姥山名茶除了茶企带去参展的产品被客商买走外,与利唯(香港)有限公司签订了近2000万元订单。利唯(香港)有限公司总经理林嘉禧表示:“香港是一个茶文化深厚的城市,每个香港人都对茶有着特殊的情感和热爱,香港市民特别喜欢福鼎寿眉,寿眉寓意极好,代表健康长寿,我们愿意在香港把福鼎白茶好好推广

出去,让更多人享受这份健康、这份美好。”福鼎市东南多奇茶产业有限公司总经理张郑库表示:“12年来,每年都参加香港国际茶展,深入了解各国茶叶消费市场和消费习惯,同时,以形式多样的活动宣传推介福鼎白茶,增进交流,为海外市场的开拓奠定了坚实的基础。”

展会吸引了众多海内外买家参观对接福鼎白茶。作为商贸平台,历届香港国际茶展都吸引了世界各地的茶类产品生产商、进出口贸易商及分销商踊跃参展,以及环球买家前来参观、采购。

捷克罗米·马加克谈及福鼎白茶时说:“福鼎白茶是最原始、最简单、最健康的茶叶,有着很神奇的太阳味道和温度。我很喜欢福鼎白茶,希望能到白茶故里学习采茶、制茶,也愿意和福鼎茶人一起推广这片东方神奇的叶子。”

福鼎白茶的到来,也勾起了广大旅港福建乡亲的浓浓乡情,大家品白茶香韵,叙中华茶情。“寿眉早在上世纪50年代就在



外国客商品鉴了解福鼎白茶 蔡丽军 摄

“吴阳原山”,福鼎高茗茶业匠心打造的福鼎白茶品牌。吴阳,是村名,磡溪镇吴阳村;原山,寄托着创业者的理念:还原福鼎白茶的生态本质。

2015年,畚族青年钟金华走进吴阳山。钟金华之前在全国各地经销茶叶,此次他奔着新的创业目标而来;建立优质茶叶基地,打造叫得响的茶叶品牌,提升茶叶生产效益,带动一方群众增收。

吴阳山平均海拔在600米左右,土壤主要是沙砾土,透气性好。再加上前有桑园水库横卧,两侧有峡谷蜿蜒,形成了独特的区域小气候,为茶树生长营造了优越的自然生态环境。吴阳山出产的茶叶,品质有口皆碑。

钟金华一眼就看中了吴阳山。更让他欣喜的是,他找到了志同道合的伙伴蓝成宝。

蓝成宝是土生土长的吴阳人,也是一名“茶三代”。乡间有句老话:“畚山无茶不成园”,茶是畚族乡亲的重要生计来源。蓝成宝祖辈、父辈都种茶、做茶,他14岁开始学习制茶,传承祖辈留下的畚族白茶制作技艺。经过提升,2021年,以他为传承人的福鼎畚族白茶制作技艺被纳入福鼎市“非遗”名录。

两人一拍即合。他们又动员村民蓝成余等人参与,发起成立福鼎市吴阳村茶业专业合作社,以“农户+基地+合作社”的发展模式,与茶农签订协议,对茶农的茶按统一价格、统一标准进行收购、加工、销售,并为茶农提供种植技术指导服务,推动茶叶种植标准化、产业建设规范化。

专业合作社的发展顺风顺水。目前拥有厂房面积5000平方米,有机茶基地300余亩,荒野茶园100余亩,与茶农签约合作茶园近2000亩。

走进合作社的茶叶基地,茶树成行,随山势起伏蔓延,远远望去如梯田般层层叠叠,处处绿意盎然。一捏、一提、一放,三三两两的采茶人穿梭在垄垄茶树间,手法娴熟地采摘最后一波秋茶。

小小茶叶,蕴藏着茶农致富增收的“大密码”。“家里种了四五十亩的茶叶,这些年靠着茶叶,我们一家六口的生活越过越好!”

在茶山上,笔者遇到了正在采茶的村民雷丽萍,她说,随着福鼎白茶产业的快速发展,漫山遍野的茶树已然成了村民们的“摇钱树”。她掰着手指头给笔者算了算,一年下来,他们家光是种茶至少能有二三十万元的收入。

“因为吴阳村的茶叶品质好,我们基本上都按照高于市场10%到20%的价格收购村里茶农的茶青。”钟金华告诉笔者,为促进茶农增收,合作社每年还为签约茶农准备了一笔“年终奖”——按照一年的茶青交易量,年底对茶农进行5%的现金激励,让茶农种茶越来越有“奔头”。

吴阳山茶“天生丽质”,加上优良的制作技艺,使得吴阳村茶业专业合作社生产的茶叶深受市场青睐。钟金华、蓝成宝觉得是时候打造自主专属品牌了。

2018年,他们成立福鼎高茗茶业有限公司,确立公司经营方向:从事专业化精制茶生产、包装以及品牌的运营推广,倾力打造“吴阳原山”品牌,相继研发推出20多款系列产品。

“吴阳原山”系列福鼎白茶产品坚持原山原叶严选,在工艺上传承畚族传统白茶制作技艺,推崇自然日晒萎凋,最大限度保留茶叶的生态本质。

时值白露节气,是白露茶的产季。这些天,蓝成宝一直扎在基地。他说:“白露茶是福鼎白茶的一个特色产品,对工艺有特别要求,生产周期大概在两周左右。白露茶生产季过后,就要开始封园,进行冬季茶园管理了。”

品牌创立五年,“吴阳原山”在茶市有了知名度。这些年,钟金华一直在积极探索着茶叶的品牌建设之路。通过参加茶叶展会、在品牌薄弱地区举办白茶品鉴会等方式,持续增加网点铺设。同时,依托互联网等平台,加大品牌宣传力度,扩大品牌影响力。目前,公司已成功发展全国品牌直营店、专卖店、合作专柜50多家。

一家茶业专业合作社的成长带动了吴阳村茶产业的发展,一片小小的叶子成功托起了村民们的致富梦,让吴阳村在乡村振兴的道路上溢满茶香。

“今后,我们将继续推进白茶精深加工与仓储建设,全面建设生态茶园,加强品牌建设,不断在白茶品牌化、标准化的道路上砥砺前行,推动白茶产业做强、做精、做深,让更多人喝到吴阳村的好白茶。”钟金华说。

□ 温丽芬