

“茶+时尚”跨界大秀碰撞出新火花

福建首场“茶+时尚”跨界大秀在安溪举行，展现中国茶与国潮时尚的精彩对话

□融媒体记者 王宇静 通讯员
刘龙真 叶冠庆 杨华 文/图

五月的安溪茶香四溢。“品世遗之味 赏时尚潮流”——“世遗泉州·时尚之都”系列活动在安溪华祥苑铁观音茶庄园举行。华祥苑与七匹狼携手，开启福建首场“茶+时尚”跨界大秀，展现中国茶与国潮时尚的精彩对话。海内外嘉宾、政企各界精英齐聚茶香之中，共同见证时尚在山水间迸发的生命张力。



“茶+时尚”跨界活动中，服装模特在茶园中走秀。

首创茶与潮流的山野碰撞

此次活动以茶为媒，融合铁观音“双世遗”深厚文化底蕴与纺织服装潮流设计，打造“茶服美学”创新业态，是泉州推动中国茶与时尚产业融合发展的重要尝试。

茶香氤氲满庄园，千年茶脉铺就文明底色，时尚风潮勾勒城市未来。七匹狼与华祥苑金凤凰带来的时尚生活秀将活动推向高潮。模特身着时尚潮服，穿梭于茶园光影间，演绎闽南狼性精神与传统文化碰撞的全新叙事。

精彩不仅限于走秀。一场“何以中国茶”的茶道演绎，尽显国宾茶礼风采，诠释茶文化的深厚魅力；“茶酒对话”表演别出心裁，以“中式香槟杯”替代传统茶盏，巧妙融合茶香与酒香，呈现“东方含蓄”与“西方热烈”的味觉碰撞。“让中国茶像红酒、咖啡一样在世界流行起来”，这一愿景正逐步照进现实。厦航农庄铁观音专属基地的启动，借助航空产业链，为泉州铁观音拓展了更广阔的传播空间。

在茶庄园内打造实景T台，翠绿茶田与流动时装秀形成鲜明对比，生动证明世遗文化并非静态标本，而是可被时尚解码的活态文化基因。今年以来，泉州市积极推进“世遗泉州·时尚之都”城市品牌建设，通过文化遗产与现代时尚深度融合，持续拓展城市发展新维度。与会领导表示，此次活动以茶为媒，融合铁观音“双世遗”深厚文化底蕴与纺织服装潮流设计，打造“茶服美学”创新业态，是泉州推动中国茶与时尚产业融合发展的重要尝试。

打造内循环稳定的“护城河”

以产业生态的“内循环稳定器”，构筑抵御外部风浪的“协同护城河”

这场活动不仅是视觉与味觉盛宴，更蕴含多层意义。

当天围绕“如何让中国茶在世界流行起来”，百富门集团远东及太平洋地区总经理Azat、俄罗斯茶学博士马浩茗，泉州市时尚产业联盟主席团执行主席、七匹狼集团董事长周少雄，泉州市时尚产业联盟执行主席、华祥苑茶业董事长肖文华等中外嘉宾，在茶园展开时尚跨文化对话。

“每个中国人都有独属自己的一杯

茶，茶的自然属性与时尚美学天然契合。”周少雄说，茶的“生活智慧”内核需通过跨界设计转化为可感知的现代符号，如将茶器美学融入服饰纹样、以茶山生态为灵感打造沉浸式空间，让“茶生活”成为全球可持续生活方式的东方注脚。

马浩茗针对传播问题提出，“标准化知识体系”是跨文化兼容的关键。建立国际茶学认证体系，借葡萄酒品鉴逻辑重构茶叶认知框架，既能消除文化隔阂，又能借助专家背书提升信任度。这种“以西式语言讲述东方故事”的策略，与Azat洞察到的“健康养生趋势”相协同。当全球年轻消费者将茶视为“东方草本哲学”的体验载体，茶产业便可突破地域标签，融入全球健康消费网络。肖文华提出的“酒茶智慧交融”，本质就是对产业共生共融的隐喻。酒类全球化经验，如品牌IP化、体验经济，可直接赋能茶产业，而茶的“含蓄美学”也能为酒类市场注入新视角。两者通过共享文化输出通道，如跨境电商、文旅融合等，在“国潮复兴”与“文化多样性”双重浪潮下，可形成“东方饮品矩阵”，以复合形态打开全球市场，推动中国茶从地域特产升级为“全球优质生活”象征。

“创新并非简单的元素叠加。”泉州市“世遗泉州·时尚之都”工作专班相关负责人进一步揭示创新背后的时尚产业升级逻辑。当铁观音千年茶韵浸润纺织服装潮流经纬，当德化白瓷匠心纹路与时尚设计笔触共舞，这是传统产业基因与现代消费美学的深度对话，更是企业家群体从“单兵突进”到“集群协同”的战略觉醒：以产业生态的“内循环稳定器”，构筑抵御外部风浪的“协同护城河”。

这种创新突破重构了消费场景边界。在品牌服装空间，安溪茶香化作可感知的文化符号，消费者触摸面料肌理时可轻呷茶汤；在茶叶品鉴空间，时尚服饰美学语言与德化瓷器温润质感相得益彰，购物行为升华为多元文化体验。其更深层逻辑在于通过“从我到我们”的协同进化，打造集研发设计、生产流通、消费体验于一体的内部稳定产业共生体系。纺织服装的市场敏感度为传统工艺注入潮流洞察，茶产业的文化IP为时尚设计提供灵感源泉，德化陶瓷的工艺积淀为跨界产品赋予品质背书……这种“业态互融、资源共享、风险共担”的创新模式，既是应对外部环境变化的主动破局，更是以传统文化为内核、以前沿时尚为纽带，让千年世遗基因在现代产业生态中实现协同效益，创造性转化“世遗泉州·时尚之都”的生动实践。

资讯

走高端路线 水产品增值3倍

前5个月泉州出口水产品近12万吨

商报讯（融媒体记者刘文艳 通讯员陈荣旭 郭龙杰）泉州是我国重要的水产品生产和加工出口基地，由67家出口备案水产品加工企业组成的产业集群已初具规模。据泉州海关统计，1—5月，泉州海关共监管出口水产品11.78万吨，同比增长30.32%，出口量创历史同期新高，主要出口泰国、越南等68个国家（地区）。“泉州味”水产品正加快“出海”，成为泉州外贸出口的一大亮点。

今年以来，面对复杂多变的国际贸易形势，泉州水产企业在加大国际市场开拓力度的同时，紧贴国际市场需求，创新推出多项新产品，提高了产品附加值。

在石狮市新昶益食品科技有限公司，该公司主打“高端”牌，研发的鳕鱼“玫瑰”冷冻调理产品，以鳕鱼鱼浆制成逼真的玫瑰花形状，主供国外大型宴席和餐厅的高端食材，以高颜值和鲜美口感成为“爆款”，出口的鳕鱼“玫瑰”单价是原来冷冻鳕鱼的3倍以上。

“首批30万朵鳕鱼‘玫瑰’4月份开始出口海外，大受国外客户的喜欢，现在产品供不应求！近期马来西亚、越南的客户也正在与我司签出口订单，手上还有100万朵的订单正在抓紧生产！”石狮市新昶益食品科技有限公司总经理叶丽芳兴奋地说道。

在石狮市海日丰水产品有限公司，该公司主打“方便”牌，研发的冷冻沾粉鱼排采用竹荚鱼、鲭鱼、沙丁鱼等鱼类为原料，经开片、挂面糊、里面包糠后速冻，消费者进行油炸后即可直接食用，以其鲜美营养又食用方便，受到日本餐饮市场的青睐，经过深加工的鱼排价格至少增值3倍以上。“首次出口不到1个月，已经出口3个货柜，6月6日还有1个柜发往日本，后续还有20个柜的鱼排订单正在加紧生产中。另外，我们又新开发了冷冻沾粉鱿鱼圈、冷冻沾粉虾仁、冷冻沾粉虾饼等新产品，样品已发给客户等待确认下单。”石狮市海日丰水产品有限公司李光焕总经理告诉记者。

通过加大研发创新，泉州水产品逐步从原来的海捕原料类初级加工品，向冻煮鱿鱼圈、鱿鱼花、干制鱿鱼、水产罐头等深加工制品转变，其中，前5个月深加工制品占出口总量的比重已达32%，比去年同期增加5个百分点。