



# 泉州茶叶包装 刮起“国潮风”

不仅展现了茶文化魅力,还为消费者带来了新体验



从茶包装感受泉州古代的辉煌

## 核心提示

近年来,国潮风盛行,泉州茶企积极响应,推出众多国潮风格产品。以“泉州簪花”为灵感设计的“集簪颂福”铁观音茶包装,展现蟳埔簪花文化魅力。“印象·泉州”安溪铁观音茶叶包装融合泉州元素,展示古城历史文化。此外,还有茶企以传统山水画、吉祥图案等营造文化氛围,并在产品口味上创新,推出特色茶饮,为消费者带来新体验。

□融媒体记者 谢伟端 通讯员 陈彤熏 文/图

### 1 蟳埔簪花习俗登上茶叶包装

花,对于蟳埔女来说,是日常生活中不可或缺之物。精心编织的花围,不仅是美丽的装饰,更寓意着蟳埔女对美好生活的向往,承载着喜气与福气。那一句“今生簪花,来世漂亮”,瞬间圈粉无数。近年来,蟳埔簪花更是以一种惊人的速度在全国范围内大火起来。那些色彩斑斓的花朵,精心编织的花围,成为一道道亮丽的风景线。随着社交媒体的传播,越来越多的人了解到蟳埔簪花。游客们纷纷来到泉州,亲身体验这一独特的文化习俗。他们穿上蟳埔女的传统服饰,头戴簪花,在古老的街道上留下美丽的身影。这不仅推动了当地旅游业的发展,也让更多的人认识到了蟳埔文

化的价值。毫无疑问,“簪花”已成为泉州文化中的爆点。如何将“爆点”转化为自己的“爆款”?近日,泉州名茶与中鼎携手合作,以“泉州簪花”为创意灵感,精心设计了一款别出心裁的铁观音茶包装——“集簪颂福”。“12个场景画面灵感源自蟳埔女日常生活图景。”泉州市泉岩茶业相关负责人黄思虹介绍,这些画面通过环绕的样式排列,采用邮票式撕开方式,每个小方格里放置有茶叶泡袋,撕开后背面有簪花文化概述,一泡一画,为消费者带来惊喜体验。包装选用柔和的粉色色调,象征着簪花的美

好。这一色调不仅深化了簪花的文化特性,更在保留文化底蕴的基础上,融入了年轻化设计的插画。轻快有趣的风格更容易被年轻人所接受,让古老的蟳埔簪花文化焕发出新的活力。

业内人士认为,在当今快节奏的社会中,人们越来越注重生活品质和内涵。“集簪颂福”包装提炼了蟳埔海洋文化、蟳埔民俗文化、蟳埔文化传承以及当代蟳埔女形象,不仅是茶叶包装的一次创新,更是对泉州传统文化的一次有力推广。它将蟳埔簪花文化与铁观音茶完美结合,让消费者在品尝茶香的同时,也能感受到泉州的文化魅力。

### 2 手绘泉州十八景展现古城魅力

茶唯一联合凤山茶推出了一款名为“印象·泉州”的安溪铁观音茶叶包装,该包装巧妙地融合了泉州的众多元素,成为展示泉州文化魅力的独特载体。

泉州,这座历史悠久的城市,承载着丰富的文化底蕴和历史记忆。正如央视著名主持人白岩松所说:“泉州,这是你一生至少要去一次的城市。”茶唯一品牌创始人、泉州轻工职业学院老师王定成介绍,“印象·泉州”茶叶包装将泉州的历史、文化和风景融入其中。包装上的泉州十八景,如清源山、开元寺、洛阳桥等,是泉州历史

文化的重要代表,由画师精心手绘而成,运用浮雕印刷工艺,通过扫码还能够聆听童声讲解。这些包装让人们仿佛能够感受到泉州的历史韵味,触摸到世界文化遗产。

同时,包装还体现了泉州作为“海上丝绸之路”起点的重要地位。宋元时期,泉州港作为东方第一大港,对外贸易发达,万国商船从泉州起航,携带陶瓷、茶叶等商品,前往海外贸易。“以舟为车,以楫为马”的大航海时代,曾经是泉州的荣耀记忆。在包装上,可以感受到泉州古代的辉煌。

此外,泉州的宗教文化也在包装上得以体现。泉州被誉为“世界宗教博物馆”,多种宗教信仰荟萃于此。包装上融入了一些宗教元素的图案,如寺庙、神像等,展示出泉州宗教文化的多元与包容。

据介绍,凤山茶所在的原国营安溪茶厂曾获国家金质奖,是福建老字号,其茶叶源自安溪核心产区。“印象·泉州”茶叶借助这一优质的茶叶资源,以独特的包装设计,将泉州的文化与茶叶相结合,成为一款能够代表世遗泉州的文创伴手礼。

### 3 国潮风组合装融入多款茶

八马茶业也推出多款特色国潮风茶礼组合装,引起了市场的广泛关注。这些组合装以独特的设计主题和丰富的茶叶品类,为消费者带来了全新的茶饮体验。

八马茶业品牌中心福建区域负责人徐秋艳介绍,“白里挑一”福鼎白茶组合装以“神农尝百草”为设计主题。正如神农尝百草的过程需要不断筛选和鉴别各种植物,茶叶生产中需要对茶叶进行严格筛选和鉴别。这一组合装以神农尝百草故事延展设计,寓意千挑万选,百里挑一。

人生半熟普洱茶组合装的设计主题则与“诗仙”李白相关。李白在中国文学史上占据重要地位,被誉为“诗仙”,他淡然洒脱的人生态度强调对自然、对生活的热爱和追求。人生半熟普洱茶组合不仅是茶叶产品,更是一种生活态度和哲学观念的体现。

此外,六福临门茶礼组合装也颇具特色。其设计主题为“六福临门”,是一款国潮茶礼。该组合装一盒包含六味茶,寓意康宁福、长寿福、和合福、子孝福、美德福、富裕

福,六大茗茶、六福临门,也象征着六六大顺,新中式的设计时尚精美。

据介绍,这些茶礼组合装,不仅体现了茶企对茶叶品质的严格要求,也展现了业内对传统文化的深入挖掘和创新表达。

白茶组合装融入神农尝百草古典元素



人生半熟普洱茶组合装加入“诗仙”李白元素



六福临门主打“中国红”,包含六味茶。



茶包装12个场景画面灵感源自蟳埔女日常生活图景,采用邮票式撕开方式,每个小方格里放置有茶叶泡袋。

### 4 包装口味与宣传均打上“国潮”烙印

国潮风的兴起,为泉州茶企提供了一个绝佳的契机。类似上述三家茶企的创新设计还有很多。

比如,有的茶企以中国传统山水画为背景,配以古典诗词,营造出一种高雅的文化氛围;有的茶企则将中国传统的吉祥图案,如龙凤、牡丹等,运用到包装上,寓意着美好与幸福。

除了包装设计,泉州有的茶企还在产品口味上进行了创新。比如,有的茶企研发了以中药为配方的茶饮,将茶文化与中医养生相结合,安溪茶人汪健仁就将视野投向茶叶与青钱柳等食药同源植物的深度开发与利用,研发出科技感满满的系列产品。有的茶企则推出了花果茶系列,将水果和花卉与茶叶搭配,口感清新甘甜,适合年轻人的口味。这些创新的产品,不仅丰富了消费者的选择,还为茶文化的传承和发展注入了新的活力。

在品牌宣传方面,泉州茶企也充分利用国潮风的影响力。如华祥苑通过举办国潮主题的活动,结合茶艺表演、财经名家讲座等,吸引了众多消费者的参与。

此外,茶企们还借助社交媒体等平台,进行国潮风的宣传推广,吸引了大量年轻消费者的关注。“国潮风是当下的一种流行趋势,我们希望通过将国潮元素融入产品中,让更多的年轻人了解和喜爱茶文化。同时,我们也在不断努力提升产品的品质和口感,让消费者在享受国潮文化的同时,也能品尝到优质的茶叶。”安溪华源茶业负责人郑华山表示。

业内专家认为,泉州茶企的国潮风产品创新,是对传统文化的一种传承和发展。通过将国潮元素与茶叶产品相结合,不仅提升了产品的附加值,还增强了品牌的竞争力。同时,这也有助于推动茶文化的普及和推广,让更多的人了解和喜爱中国茶文化。



## 安溪铁观音亮相北京国际茶业及茶艺博览会

近期,第十七届北京国际茶业及茶艺博览会在全国农业展览馆举行,吸引了众多茶友和茶商的关注。此次展会汇聚了全国20多个主要茶叶产区的700多家优秀品牌,展出面积达24000平方米,涵盖了全国农业展览馆的1、3、11号馆,为人们展示了茶产业的多元魅力。

展会现场热闹非凡,各展区呈现出各自独特的茶叶文化和产品特色。品牌形象展区、绿茶展区、普洱茶展区、乌龙茶展区、白茶展区、国际展区、中国台湾展区以及茶具及茶配套展区等八大展区,让观众流连忘返。参展产品种类丰富,从六大茶类、茶具、再加工茶到代用茶及相关配套产品,充分满足了人们的多样化需求。

来自全国各地的名茶争相亮相,为北京茶友带来了一场味觉盛宴。福州茉莉花茶、武夷山岩茶、安溪铁观音、都匀毛尖等知名茶叶品种纷纷展示出其独特的风味和魅力。此外,还有尼泊尔红茶、马来西亚黑茶等国际品牌,为观众呈现了多元的茶文化。

在11号馆活动区,丰富多彩的茶事活动轮番上演。2024首届北京万人评茶邀请赛(秋季)决赛、“中

茶师”杯2024年首届二十四节气主题茶席创意大赛、《中国茶疗·东方智慧》圆桌论坛等活动,既为参观者提供了品茶体验,也搭建了茶文化深入交流的平台。而在室外展园,“与子同袍·茗动天下”秋茗雅趣游园逸会精彩上演,通过中国传统茶文化互动游戏,带领消费者穿越一场千年的茶文化之旅。

中国农业国际合作促进会常务副秘书长、茶产业分会秘书长、“一带一路”国际茶贸易产业科技创新院常务副院长魏有表示,京港北京茶博会不仅展示了国内外优质茶叶品牌,还有效推动了茶文化的传播与产业的对接,特别是专注于助力脱贫地区的茶产业发展。开幕式上专门为贵州省雷山县和重庆市巫溪县举办了脱贫地区茶品牌推广会。

据介绍,第十七届京港北京茶博会由中国农业国际合作促进会、中国中轻国际控股有限公司主办,中国农业国际合作促进会茶产业分会、北京京港国际展览有限公司承办。此次茶博会为茶文化交流和茶产业发展提供了一个重要平台,有助于推动茶产业的繁荣和乡村振兴的进程。

(来源:新华社 谢伟端 整理)