

一批扎根乡土的实践者以茶为媒,连接乡土风物、老手艺、日常烟火

一叶拓新境 好物借茶香

核心提示

在泉州,茶早已不只是杯中之物。有人盘活沉寂多年的国营老茶厂,用茶撬动一整个县域物产;有人扎根茶山,把采茶做茶的过程变成游客可触摸的真实体验;还有人顺着年轻人的消费习惯,改造老配方、拥抱线上市场。这些尝试没有丢掉制茶的根本,却把茶的边界越做越宽,让农户、匠人、本土小商家跟着一起分到产业红利。

□融媒体记者 谢伟端 文/图(除署名外)

老厂焕新

借茶叶带多业 本地风物抱团突围

漫步在国营福建省永春北岭华侨茶厂,老厂房的旧墙面还留存着岁月痕迹,展架上的产品却跳出传统土特产的刻板印象,传统韵味与现代审美交融。永春北岭华侨茶厂运营负责人潘歌一边穿行展厅,一边向记者讲起这座沉寂过的国营老厂,如何以茶为原点,一步步向外延伸,带动永春本地多元物产共同突围。

北岭华侨茶厂曾是福建重要的乌龙茶出口基地,“松鹤”品牌一度声名远扬,后随时代浪潮陷入停滞。八年前团队接手之时,几乎一切从零起步。“我们的根基还是茶本身。”潘歌指着展柜里的系列产品介绍。团队邀请茶文化专家、多位茶叶非遗传承人组建智库,确立“品质为本、文化为魂”的开发思路,搭建完整的供应链,打磨出永春佛手、闽南水仙、乌龙陈茶等六大系列四十余款产品,把老厂的制茶底子重新夯实。但在他们的构想里,茶厂的价值不能止步于卖茶叶。

“茶厂是我们的核心IP,我们做的不是单一茶叶生意,而是‘茶+X’的文化矩阵。”潘歌拿起一盒中秋礼盒,盒内除黄金桂茶叶之外,还搭配桂影、松风两款天然香品。礼盒不再只是茶叶容器,更变成一套完整的地域文化载体。而这么多年,团队所做的核心工作,就是做强茶厂IP,推动永春地理标志与非遗产品完成品牌化塑造。永春本地土特产资源丰富,但过去普遍面临形象老旧、传播乏力的困境。团队组建自有设计团队,深挖在地历史文化故事,严选优质原料,对醋、香、瓷、果等物产进行系统性更新改造,让产品兼顾传统内核与现代审美,摆脱“土味”标签,同时维持亲民的价格,兼顾观感、品质与消费体验。

由此,“买茶送永春”这个独特模式应运而生,并且已经持续运行数年。夏天购买茶叶,赠送茶厂承包管护的百年荔枝树产出的荔枝;冬季搭配永春芦柑;春季则附赠永春老醋。这套模式不只是简单的促销,它借茶叶的流量,把本地风物重新推向市场,实现从买产品到买文化。潘歌告诉记者,不少泉州知名餐厅、美食

博主、米其林厨师,都开始选用他们推荐的永春物产,不仅拓宽销路,也抬升农产品价值。例如永春猛虎老树芦柑的销售周期有所缩短,产品售价同步提升。

依托茶厂IP,团队进一步搭建本土产业生态圈,赋能本地创业者。与匠人合作开发永春青瓷“志器”系列,输出非遗工艺指导、共享销售渠道;助力本土香企“那香堂”完成香器、包装创新,打造独家调配的天然香品,产品走进多家高端茶空间;重塑“五道醋”老醋品牌,开发柠檬醋这类新式即饮产品,设计场景化礼品包装,让老醋跳出厨房调味的单一用途,终端售价实现120%的增长。端午《永春夏味》、中秋《松间明月》、春节《鹤禧》三季节庆礼盒持续迭代,如今已经走到第八季。礼盒常常将茶、瓷器、香、点心组合在一起,部分包装用纸取材茶渣,践行环保理念,不少包装设计还获得国内行业奖项。有些包装本身艺术感十足,消费者收到之后,甚至会装裱起来当作家居装饰。

有意思的是,这支团队没有专职销售人员,核心人员全部深耕内容创作。依靠挖掘侨史、茶史、在地风物故事,公众号文章常常可以带动产品销售,不少合作方主动找上门。他们将档案馆珍藏的老照片、华侨归国史料扫描复刻,萃取其中文化元素反哺产品,而商标注册归属茶厂,所有成果都留给地方,不会随团队流转带走。

乡村振兴离不开人才支撑,优秀团队愿意扎根乡土,地方也懂得留住这类实干力量,才能充分挖掘本土资源潜力。只有懂产业、懂文化的人沉下来做事,才能把当地的物产、历史转化为实实在在的产业活力,这也是北岭华侨茶厂实践带来的启示。

同行过程中,记者能明显感受到,他们并不执着于跟茶圈内卷竞争,而是跳出茶叶本身看待茶产业。“单纯靠茶,很难打通全国市场,但文化可以。”潘歌说。从卖一斤茶叶,到输出一整套永春地域文化,北岭华侨茶厂正在探索“一厂带多业”的路径。



安溪茶人通过安溪梅占茶,延伸制作梅占粽子。



团队结合茶叶推广广芦柑、老醋、荔枝等泉州各地风物

业态破圈 跳出一杯清茶 解锁更多打开方式

茶旅融合让更多人走进茶乡,而安溪不少从业者,选择在产品本身做文章。顺着当代人的生活习惯,打破茶叶只能热水冲泡的固有印象,挖掘茶叶更多可能性,也带动上下游一批本土创业者成长起来。如今市面上不少热门新式茶饮,茶底原料就来自安溪。这里每年向全国头部茶饮、瓶装饮料品牌输出数千吨铁观音,同时本地也在琢磨属于自己的创新。冷泡茶、茶冻、茶膏、茶含片等接连面世,就连茶萃护肤产品也慢慢出现。

和平百茶供应链平台,则给想做茶生意的年轻人搭起一方舞台。展厅里摆满几百种货品,传统乌龙茶、调饮茶、茶具文创,还有各式各样本地农产品,应有尽有。园区备好共享直播间、仓储物流、办公空间,缺少资源的年轻创业者,在这里可以拿到货源、搞定包装设计、学习直播运营,不用从零艰难起步。很多年轻人通过这里,把茶叶搭配藤铁工艺、乡村土特产卖到全国各地。茶叶作为流量核心,顺带把一大批闽南乡土好物送到消费者手中,包装、物流、设计等配套行业,也跟着红火起来。

本土龙头企业同样在不断尝试新玩法。它们研发瓶装冷泡茶液,开发适配不同场景的定制茶饮,打造融合本土风物的文创礼盒。

记者手记

从一片茶叶 看乡土共生发展密码

把永春北岭茶厂的探索,和安溪茶乡种种鲜活实践放在一起观察,不难读出一些朴素的道理。

无论玩法如何翻新,茶终究是所有涉茶创新的根基。各式各样“茶+”的玩法,文旅也好、文创也好、深加工也好,如果茶叶本身品质站不住脚,一切都只是空中楼阁。不管是老厂复建,还是茶庄园运营,大家始终把茶园管护、制茶工艺摆在手里。

单纯比拼茶叶本身,很容易陷入内卷。泉州茶乡给出的答案,是转身挖掘脚下土地的故事。老侨史、非遗民俗、山野风物,都是宝贵财富。用现代人喜欢的审美风格与形式重新表达,老物产褪去老旧土气,才能跳出圈层束缚,寻找新的消费人群。

产业红火,不该只属于少数企业。真正有生命力的模式,是带动周边农户、手艺人、小商家一起获益。稳定收购茶农鲜叶,帮乡土物产寻找销路,给本土创业者提供土壤,让收益留在乡村。当愿意沉下心来做事的人能够扎根乡土,土地里蕴藏的价值,才会真正释放出来。

泉州大地茶脉绵延,每个县城都有独属于自己的物产与手艺。这些实践告诉我们:不必因在“只卖茶叶”这件事里。一片小小的茶叶,可以成为纽带,串联起一方水土的烟火与故事。(谢伟端)

茶旅共生

走进茶山车间 触摸体验茶乡日常

翻过永春的群山,来到铁观音的故乡安溪,这里的故事又是另一番模样。茶在这里变成媒介,把满山绿意、老手艺、山野吃食,打包成游客能够亲身感受的生活体验。

大宝峰茶庄园早些年也和很多茶企一样,靠线下门店拓市场,市场竞争加剧之后,门店扩张慢慢遇到瓶颈。团队索性把重心放回脚下这片茶山,一点点改造庄园环境,修起茶会客空间、山野民宿,搭起农家风味餐厅,敞开大门迎接远道而来的茶客。

龙头茶企的安溪观光工厂,则把茶厂的故事搬进现代化厂房。整座工厂设置透明参观廊道,制茶的全过程都可以清清楚楚看见。传统铁观音手工技艺的经验,被转化成一套套数字化标准,既守住老手艺的精髓,又实现稳定的大规模生产。博览馆、百茶园、体验区免费向大众开放,到访的大人小孩,可以亲眼见证一片茶青蜕变成成品茶叶,还能动手体验摇青、包揉,亲手

试一试做茶。

研学团、旅行团一拨拨到访,热闹的客流慢慢溢出工厂围墙。周边乡镇的农家菜馆、小型民宿生意被带旺,本地手艺人做的茶具、传统糕点,也多了展示售卖的窗口。依托“公司+基地+农户”模式,企业常年保价收购茶农鲜叶,上万茶农不用再为销路发愁,稳稳守住茶山上的生计。

坐落在4A级景区里的溪禾山铁观音文化园,则把茶和本土民俗揉在了一起。古厝群保留着旧时模样,茶园连绵铺展开来。遇上节假日,热闹的实景民俗活动就会上演。有名的“茶王迎亲”活动里,高甲戏、南音、木偶戏轮番登场,把安溪旧时婚俗和茶文化融在一起。巡游礼盘上,不光摆着铁观音,龙洞大饼、乡土麻酪这些本地吃食一亮相。一场活动常常吸引数万游客前来,顺带拉动周边乡镇各类土特产的销量。一年下来,园区要接待上万名研学少年,很多孩子第一次知道,安溪不只有铁观音,还有许许多多有意思的乡土风物。



老厂房空间驻美

资讯

林下经济结硕果 百香果铺就甜蜜路

本报讯(融媒体记者谢伟端 通讯员洪焕新 文/图)依托得天独厚的山林生态资源,南安市诗山镇盘活300亩山地林地,精心培育林下黄金百香果特色产业,如今果香四溢。

山林昼夜温差较大、光照适宜,为黄金百香果生长孕育了绝佳的自然条件。为种好这颗“生态致富果”,诗山镇不断精进种植技艺,种植全程坚持绿色生态培育方式,严格把控田间管理、施肥养护等各个环节;优选改良百香果品种,诗山镇不断精进种植技术,顺利攻克夏季高温挂果难、坐果率低等种植痛点,推动果品品质和产量稳步提升。

特色产业的蓬勃发展,也为当地村民撑起了稳稳的“幸福饭碗”。百香果种植基地就近吸纳周边农户入园务工,涵盖种植、管护、采摘等多个岗位,让村民不用远走他乡,在家门口就能实现就业增收。原本闲置的荒山林地彻底盘活,变成了百姓的“增收宝地”,实实在在的收益,让乡村振兴的民生底色愈发鲜亮。

为了让特色产业更具生命力,诗山镇跳出单一鲜果销售模式,深耕产业链延伸与品牌打造。依托“钱塘许家山”本土特色品牌,当地深挖百香果产业附加值,精心研发打造百香果酒、果干、果酱、鲜榨果汁等多款深加工产品,丰富农特产品品类。多款产品凭

借清甜的口感、优良的品质收获广泛好评,先后斩获农订会“海峡两岸最受欢迎伴手礼”称号,成功入选“福农优品”授权名录,让南安诗山的山野百香果走出乡土、打响名气。

以果为媒,以旅赋能,诗山镇持续推动农、文、旅三产深度融合。原本纯粹的种植基地,升级改造为兼具采摘体验、研学科普功能的田园休闲场景,绿意盎然的果园变身沉浸式自然课堂,吸引不少游客、研学团队前来打卡体验。销售渠道也不断拓宽,线下入驻实体店、亮相各类农特产品展会,线上依托电商平台拓宽销路,构建起全域立体销售网络。与此同时,当地紧抓闽台农业合作机遇,积极对接台湾优质农业企业,落地林下种植产销一体化项目,全力打造极具特色的闽台林下经济示范样板。



收成的百香果