

■ 責任編輯：張健 版面設計：高熙雯

茶為華夏民族的舉國之飲，既可消渴怡情、又能調養身體。《茶經》云：茶為萬病之藥，可見中華民族對茶的認識不僅是補水這麼簡單。自古養生茶為上，在陝西境內的太白山上，就生長着一種神奇的茶葉——藥王茶。它植根于饒觀太自之巔、汲天上瓊漿、沐日月精華、採雲中甘露，一如天賜人間，堪稱雪域奇葩，其口感香醇，和普通茶不同之處在於其植物種屬有別，具有很好的養生功效。

■ 神奇太白山

藥王茶 源自雪域太白的養生奇珍

「藥王」所創 養生首選

藥王茶亦茶亦藥，是中國唐代偉大的醫藥學家孫思邈在太白山採藥、修行期間所發現的一種野生茶。孫思邈被尊為「藥王」和「中華養生鼻祖」，相傳有一次他正在太白山海拔3500米高的山坡上採藥，忽感到口乾舌燥，於是坐在石頭上歇息，看到身邊一種葉片密集、翠綠的灌木，他便順手採了一些葉片品



■ 採茶人摘茶後結隊下山



■ 藥王茶生長於太白山海拔2400—3600米的高海拔地帶

的珍品及其功能總結記載下來，他也自此終身服飲此茶，並用141歲的高壽或多或少地證實了該茶的養生功效。後人為紀念孫思邈，便將這一植物命名為「藥王茶」。

千百年來，藥王茶一直秘傳於少數政要權貴和名剎道觀的修行悟道高人中，作為養生延年的密用之品、茶中聖品，被譽為「中華養生茶」。事實上，珍貴的藥王茶，也曾為宮廷御用。據傳唐玄宗即便是與楊貴妃華清池沐浴、梨園坊樂舞、華清宮品荔枝的時候也常常茶不離手，對藥王茶的鍾愛一點不亞於楊貴妃對荔枝的嗜好，此說從「玄宗笑飲藥王茶，貴妃含露娛情」的詩篇中可見一斑。

據古今多種文獻所載，藥王茶性平，味微甘。清暑熱，益腦清心，健胃，化濕，明目，調經，可長期當茶飲。現代研究表

明，藥王茶含有大量的植物黃酮以及十幾種對人體有益的微量元素、揮發油等成份。其中黃酮含量高達20（mg/g）以上，被譽為食用植物「黃酮之王」；微量元素含量豐富且各元素間含量比例驚人的合理，具有抗氧化（延緩衰老）、全面調理功能，尤其對心腦血管、胃腸及內分泌等系統疾病有全面的預防和保健作用。

雪域奇葩 天然珍貴

藥王茶是一種野生茶，產自海拔2400—3600米之間人跡罕至的高山無人區，近雪線而生。六月山巔雪融始萌芽，九月雪致葉凋零，年生長期只有三個月，是雪域地帶十分罕見的物種。生長環境非常特殊，陽坡日照太長不生、陰坡不見陽光不長、林中終日遮陽不生、溝底潮濕泥濘不長，只生長于陽光可以照射到的陰坡山頂，即半陰半陽處。

由於產地範圍狹窄，生長地特殊，藥王茶的採摘極為困難、產量有限。採茶人要徒步攀爬三四個小時才可到達分佈區，徒手採摘三四個小時後，又要急行軍般背茶下山，以保證茶的新鮮、方便加工。加工工藝採用原始殺青法，最大程度地保留了天然活性成分不被繁瑣加工所破壞，也避免了太多環節所可能造成的污染。

「一片葉一段故事，一杯茶一個傳奇」。彌足珍貴的茶葉、金黃清醇的茶湯，凝結了天地的靈氣、溶入大自然的恩賜。藥王茶是純天然有機的珍貴茶品，已一次性通過「中國有機食品認證」。

原產地保護 產業化開發

基於天然野生、綠色有機的特點，良好的保健、養生功效以及不含對人體有害的物質等諸多優勢，現藥王茶已被確認為「陝西省重點新產品」和「產業化項目」予以發展，並被陝西省政府相關部門選定為「產學研聯合開發項目」，受到國家科技部的創新基金和各級政府部門的支持。

為保護這一生長地域特殊、生長環境要求苛刻、零星分佈的物種，滿足市場的需求、造福人類，陝西省太白縣政府及相關林業等部門已聯合對現產地的野生藥王茶資源進行「原產地保護」，禁止私自採摘、砍伐、移植，正有計劃、有組織地進行野生馴化種植，相信不遠的將來，將有更多的人享用到這一神奇的「養生茶」。

俏走國內市場 尋覓海外渠道

陝西太白山天然植物開發有限公司承擔了藥王茶的產業化發展工作。公司尊重科學，先後與陝西中醫學院等多家科研院所合作，對該植物的生產、加工技術和功效學進行全方位的研究，開發出了對人體有良好的滋補、保健、養生功效的多種天然植物產品，取得了良好的經濟效應和社會效應。

近年來，藥王茶被人們作為養生的秘密武器所追捧，越來越多的都市精英人群把它作為案頭飲品，許多因現代生活方式所造成的「富貴病」和亞健康問題在飲用藥王茶後得到緩解或消除，藥王茶正掀起一



■ 採茶人在太白山上手工摘茶

股追求自然、健康、養生的熱潮。產品榮獲「2010世界華人精英代表大會唯一指定用茶」、「2012孫思邈養生文化節唯一指定用茶」、「第十八屆楊凌農高會『后稷獎』」等多項殊榮，深受消費者歡迎。

為了將這一中醫藥文化瑰寶發揚光大，造福人類，現公司正積極開拓海外市場，誠摯歡迎有識之士洽談合作，相信這一綠色、天然、有機、珍貴的養生茶一定具有廣闊的市場前景，必將產生雙贏乃至多贏的結果。

常飲太白山藥王茶 方知藥王長壽謎
<http://www.yaowangcha.com>
Email: ywc0917@126.com
Tel: 0086—13809180183
(8月15—17日香港國際茶展期間，香港國際會議中心5E—E27展位恭候垂詢)

蜚聲古城西安的國家級「中華老字號」德懋恭食品商店，創建於清末1872年，問世至今已有141年的歷史，是西安市僅有的保持手工傳統工藝製作糕點的「中華老字號」企業。百餘年來，幾代德懋恭人始終堅持「以質求存，以信為本」的服務宗旨做人經商，德懋恭水晶餅被譽為「秦式糕點之首」，為歷史文化名城西安增添了一張食品文化名片，受到廣大西安市民及海內外朋友的喜愛。如今，「德懋恭」品牌已經成為陝西乃至整個西北地方響噹噹的一塊金字招牌，並保持產品在同行業中銷售第一、信譽第一的良好聲譽。



■ 德懋恭食品商店的顧客絡繹不絕。

■ 合營前的德懋恭食品商店門面

■ 責任編輯：張健 版面設計：高熙雯

中華老字號 德懋恭 秦式糕點之首



■ 德懋恭食品商店黨支部書記、總經理張西建，漢族，中共黨員，現年48歲，中央黨校本科畢業，政工師，高級職業經理，西安市蓮湖區第十七屆人大代表。

予懋乃德 曾為貢品

水晶餅起源於陝西關中，相傳北宋名相寇准的故鄉在今陝西渭南下邽縣，因他不畏權勢、清正廉潔，每當他回鄉省親時，鄉鄰都會以水晶餅相送，以慰他水晶之心。水晶餅也因此成為舊時達官顯貴送禮之必備，並廣受百姓喜愛。但水晶餅之所以能傳承至今，這與歷代德懋恭人的聰明智慧是分不開的。

德懋恭食品商店創建於清同治年間（1872年），店主姓李，系清光緒初年咸陽籍進士李岳瑞先生的族侄。李進士家

住西安，本人在北京教皇學。李店主少年時在西安「東福盛」醬醋店當「相公」（學徒），東家見小李好學，製作技藝提高很快，怕日後出師跟他爭生意，就在年關之際把他解雇了。後來，在李進士夫人的幫助下，小李在西北大街南廣濟街口買下幾間門面房開了醬貨店，兼營糕點。開業後，小李逐漸迷上了糕點製作，勤奮好學的他多方收集各地糕點配方，鑽研其配料、烘烤技術，不久便以選料精細、製作考究、口味純正、玫瑰清香宜人，製作出陝西名點「水晶餅」，一經上市備受達官貴人及百姓青睞。李進士高興之余，就以小李的為人做題，取其注重商業信譽、謙恭待人、勤奮好學、期望事業茂盛發達之意，選用「予懋乃德」之句，給店鋪定名為「德懋恭」。之後，德懋恭便以製作經營各式糕點為主，兼營醬貨。

清光緒末年，八國聯軍攻陷北京，慈禧太后避難到西安，在廣濟街口聞香停車，品嚐了「德懋恭」水晶餅後大加讚賞，遂將這樣地方名貴糕點欽點為「貢品」。德懋恭水晶餅的身價也隨之倍增，聞名遐邇，生意紅紅火火。

手工傳承技藝 首列陝西非遺

百餘年來，德懋恭經營的主要產品為水

晶餅及系列產品，因其面色金黃，四周雪白，素有「金底銀幫鼓鼓腔，紅色印章蓋中央」的美譽，被譽為「秦點之首」。

德懋恭水晶餅採用上等精白麵粉、上等冰糖、精板油為主要原料，配以動物油、玫瑰、橘餅、核桃仁、青紅絲等十多種材料作輔料，經制皮、制餡、開酥、成型、烘烤等12道工序，用手工精心製作而成。成品小巧別致、皮酥餡足、滋潤適口、營養豐富，油多不膩，入口滲甜，濃郁的玫瑰和橘餅的清香使人回味無窮。加之包裝考究，設計美觀大方，每逢喜慶佳節，德懋恭糕點便成為孝敬老人、饋贈親朋的上等禮品。

由於製作工藝特殊，一百多年來，德懋恭水晶餅全靠手工傳承技藝。德懋恭第五代水晶餅製作技藝技術傳人、副總經理雷焰表示，企業一直注重挖掘繼承傳統產品工藝技術，並通過集中培訓、手把手教授等方式，培養生產一線的技術骨幹，不斷研發新產品，追求與時代潮流同步。近年來，企業在原有水晶餅配料基礎上，研製出低糖低脂經典系列水晶餅，並根據市場和廣大中青年消費者的健康需求，相繼研製出老婆餅、老公餅、御餅、素餅、鮮花餅及秦式系列月餅等十幾個新品種，深受廣大消費者喜愛，榮獲了國家、省、市級相關榮譽稱號。

2008年，德懋恭水晶餅製作技藝首批

列入陝西省非物質文化遺產名錄，並作為食品糕點行業唯一入選的老字號代表，被陝西省推薦申報國家非物質文化遺產。

加快「走出去」積極拓市場

一百多年來，德懋恭堅守最初做人經商的信念，在大浪淘沙的殘酷市場風雨中傲立不倒，並榮獲多項榮譽，企業被國家商務部首批認定為「中華老字號」企業，被中國商聯會授予「全國食品商品誠心供應商」，並獲得陝西商業名牌企業、陝西商業名牌商品稱號，「德懋恭」牌註冊商標被陝西省工商局首批認定為「陝西省著名商標」，並順利通過了ISO9001國際質量管制體系認證。

公司總經理張西建從調任德懋恭食品商店的那一天開始，就把「嚴格管理、質量第一」作為生產經營的頭等大事主抓，他認為，要實現「百年老字號」的快速、可持續發展，必須要繼承和發揚前輩「予懋乃德」的經營理念，不斷開拓創新，拓展市場。

張西建認為，面向市場、抓住市場、佔有市場是市場經濟條件下企業生存發展的根本法則。他聘請專業公司幫企業進行產品包裝設計，大大豐富了產品的包裝和種類。近兩年來，德懋恭食品商店銷售額直線上升。為了更好地適應市場需求，他還積極組織企業員工參加各種活動，通過現

場製作、現場銷售，進一步拉近德懋恭食品商店與廣大顧客的距離，產品供不應求。2011年和2012年，德懋恭食品商店還先後參加了北京中華老字號博覽會和在台中市舉辦的第二屆海峽兩岸春節民俗廟會活動，不僅受到觀展民眾和舉辦單位的廣泛好評，也進一步增強了企業「走出去」，加快發展的自信心和能力。

張西建表示，德懋恭此次赴港參加第24屆國際美食展，希望能受到海內外消費者的喜愛，進一步拓展銷售市場。



■ 德懋恭水晶餅