

給世界一杯茶的時間

——第十一屆香港國際茶展盛大舉行



特刊「茗聲」為雙周刊，隔周三刊登
主辦單位：中華茶人聯誼會
中國茶文化交流協會

香港毗鄰亞洲主要產茶地區，是重要的茶葉貿易中心。香港人愛茶，已經融入骨子裡，融入生活中。自2009年起，香港國際茶展已舉辦十一屆，為業者提供了高效的貿易平台，為公眾提供了品茶、選茶的消費平台。



由香港貿易發展局主辦，中國茶文化交流協會合辦，農業農村部、商務部、林業局、中國輕工業聯合會、中國國際茶文化研究會支持的「香港國際茶展2019」於8月15至17日在香港會議展覽中心舉行。香港國際茶展是行業內首屈一指的茶葉及相關產品的商貿平台，呈獻各種茶葉及茶類相關產品。

作為商貿平台，歷屆香港國際茶展都吸引了世界各地的茶類產品生產商、進出口貿易商及分銷商踴躍參展，以及環球買家前來參觀、採購。茶展期間，不僅展示了各地名茶、加工茶、茶飲料、茶食品、茶葉包裝、茶具及茶葉技術等，還舉行多項活動，充分展現茶文化的非凡魅力，以及茶葉業務的重大商機。

2019年香港國際茶展匯聚了逾250家參展商，來自不同國家及地區，包括中國內地、日本、斯里蘭卡、老撾等，為買家展示各地獨特茶產品。

香港並非茶葉產區，但飲茶氛圍濃厚，每年消耗大量茶類產品，作為一個重要的茶葉貿易中心和轉口城市，香港國際茶展為業者提供效率高的貿易平台。茶展規模龐大，反映了香港在茶類貿易市場的重要地位，來自世界各地的供應商和買家雲集一堂，就茶葉、加工茶及各種茶類相關產品洽談交易，拓展業務。今年，展覽納入第十八屆，世界各地的茶類產品生產商、進出口貿易商及分銷商踴躍參展，環球買家紛紛前來參觀及採購。福建、湖南、浙江、江蘇、貴州、湖北等省組織了百餘家企業參展，向香港全面、系統、高效、優質地推介茶產業與茶文化，促進各地與香港的茶業經貿與茶文化交流合作，並通過香港加快中國茶走向「一帶一路」共建國家。

除了各省組團參展，知名茶企如中茶、湘茶集團、正山堂、杭州茶廠等企業也紛紛亮相參展。來自中茶的福建公司、雲南公司、梧州公司舉辦了形式多樣的品鑑活動，為全球買家及香港消費者推介健康茶品，推動中國茶走向世界。為茶葉在香港乃至世界在經濟、文化、貿易、投資等方面的合作交流貢獻力量。正山堂現場展示正山堂金駿眉、正山小種野茶、駿眉中國紅茶以及正山小種紅茶等多款高品質紅茶產品，敬呈創新工藝紅茶與傳統工藝紅茶的至臻風味，讓每一位來賓感受中國紅茶的獨特魅力。湘茶集團旗下品牌赴港，將花籃香、甘鮮味的湖南紅茶，以及已逐步被香港消費者認識、認可的「安化黑茶」介紹給更多人。「茶通天下無國界」，通過一杯茶將健康、和諧、人文內容包含其中。

值得一提的是，今年很多企業將展區設置在與香港國際茶展同步舉行的香港美食博覽會上，「跨界」為消費者推介健康美味的茶葉產品，讓茶真正融入人們的生活。參觀者在品味美食之後，紛紛選擇來到茶展區坐下品一杯茶，並與展商交流，這種與美食展結合參展的形式收到了很好的效果。

8月17日，第十一屆香港國際茶展圓滿落幕，很多茶友意猶未盡，流連忘返。本次展會的舉辦，給被譽為「東方明珠」的香港帶來了別樣的色彩，也給大家一杯茶的時間，回歸平靜，品味茶的真味。

茶，是全球共商、共建、共享的重要交流符號，推動著世界各國發展共贏的凝聚，和人類命運共同體的打造——盡中國茶，不僅僅是一個個茶和茶的民族，也照見了整個共謀發展的時代。香港國際茶展的成功舉辦為人們提供了一個有效、科學、精準傳達中國茶的平台，讓更多人接受茶、喜歡茶、消費茶，擴大了中國茶的消費對象，推動中國茶產業繁榮、健康、可持續發展。

「中茶新時代」新品發佈會暨慈善拍賣
8月17日，中茶普洱茶與香港茶人會在香港國際茶展聯合舉辦「中茶新時代」新品發佈會暨慈善拍賣會。三款新品中茶牌雲南七子餅茶(生茶)、中茶牌雲南七子餅茶(熟茶)、中茶牌雲南七子餅茶(熟茶)由雲南中茶茶業有限公司及香港茶人會有限公司聯合出品。隨後，雲南中茶茶業有限公司、香港茶人會有限公司共同舉辦了新品慈善拍賣會。三款新品各一件(備有拍賣詳情編覽)共計拍賣所得帶148,000.00元。本次拍賣所得將全數捐給雲南省普洱市瀾滄拉祜族自治縣人民政府扶貧開發辦公室，用於瀾滄縣六鄉打崗村小組村社綜合提升項目。

盛世牡丹綻放香江
8月15日，中茶蝴蝶標舉辦「盛世牡丹」香港品鑑會，現場中茶福建公司內地銷售部陳俊彬經理在場為嘉賓正本清源話白茶，從白茶的發源發展、產區概況、加工工藝、品質特徵、營養保健等方面進行專業詮釋。現場座無虛席，茶友們一邊聆聽，一邊品鑑「盛世牡丹」白茶，紛紛讚賞。

湖南省茶業集團亮相香港國際茶展，其展區內佈局盡顯茶韻之美，空杯亦可使人醉。會展上賓客不絕，茶客們一起問趣談、品茶論道。湘益伏茶自2009年起，連續11年參加香港國際茶展，借香港市場助力湖南黑茶走向了國際市場，今年在港預計銷售額突破1,200萬元；臻溪輕輕茶和金毛猴紅茶是由湖南茶業集團出品兩款高科技茶飲，與Cofee Now合作推出的金毛猴紅茶膠囊，也成為展會上的大亮點；白沙洲自2009年第一屆香港國際茶展以來，已連續11年參展，且自2012年開始正式落地香港，成為最早實現經營的黑茶品牌，銷售網絡佈局廣泛。今年是白沙洲茶公司80周年慶，其「將軍伏」「6G茯磚」「原生態千兩餅」等成為熱銷產品。



研討會現場
中茶聯常務副理事長危義明
中茶協會會長楊孫西
香港新聞聯會會長張國良

讓茶成為連通世界的橋樑

「茗傳香江 聲達五洲」茶文化專題研討會在港舉辦

8月14日下午，由中華茶人聯誼會、中國茶文化交流協會共同主辦的「茗傳香江 聲達五洲」茶文化專題研討會暨香港《文匯報》「茗聲」茶文化特刊座談會在香港香港國際大廈召開。

主聯單位中華茶人聯誼會常務副理事長危義明、大紫荊勳銜、中國茶文化交流協會會長楊孫西、香港新聞工作者聯會會長、中國茶文化交流協會執行會長張國良、中國茶文化交流協會常務副會長吳志斌、香港新聞工作者聯會主席、大公文匯傳媒集團董事長委在忠等茶業界、文化界、傳媒界專家學者以及知名茶業企業代表出席會議。

與會嘉賓圍繞「茗聲」茶文化特刊選題及內容規劃，香港茶文化線下推廣活動規劃，茶葉在香港市場宣傳及推廣三個方面主題，發表了真知灼見。

中華茶人聯誼會常務副理事長危義明表示，希望通過本次專題研討會的舉辦與大家探討如何更好地傳播中國茶文化。中國茶產業的發展、中華茶文化的傳播需要大家共同參與，群策群力，通過「一帶一路」將茶推銷給全球消費者，推廣健康飲茶理念，建立友誼的橋樑，讓茶惠及更多人。

香港新聞工作者聯會主席、大公文匯傳媒集團董事長委在忠希望「茗聲」茶文化特刊可以進一步深入文化層面，通過主題選擇、內容及版塊設置等調動讀者閱讀興趣，讓更多人參與茶文化研究和傳播工作。以茶為紐帶，推動社會和諧。

香港新聞工作者聯會會長、中國茶文化交流協會執行會長張國良表示，茶文化博大精深，豐富多彩，希望特刊以茶文化為立足點，挖掘茶文化的深度和廣度，使其變得生動活潑，有可讀性。大紫荊勳銜、中國茶文化交流協會會長楊孫西認為：「港人飲茶有文化特色，茶文化既可高雅，也可通俗。」建議「茗聲」茶文化特刊刊登大家之言，也可加入大眾化的內容。

與會嘉賓表示，茶文化是茶產業的根基，茶文化的廣泛傳播，有助於中國茶產業的進步和國際化發展。香港飲茶文化濃郁，希望借助「茗聲」茶文化特刊這一平台，貼近百姓，貼近生活，發揮媒介作用，傳播中華文化。以茶會友，真正達到「茗傳香江，聲達五洲」的效果。

本次座談會明確了「茗聲」茶文化特刊定位，與香港茶業界、文化傳媒界專業人士建立了聯繫，提升了各行業知名人士參與度。未來，「茗聲」茶文化特刊將充分利用各行業資源，邀請專家、學者在「茗聲」發聲，豐富特刊內容，增強可讀性，擴大影響力。以文化先行的方式，更有效、科學、精準地傳播中國茶的內涵。同時，通過「小茶人」培養計劃、茶文化培訓等形式的活動讓更多人接受茶、喜歡茶、消費茶，擴大中國茶的消費對象，使中國茶產業更加繁榮、可持續發展。

趣談潮汕工夫茶



佳茗飄香
坐書齋 哈燒茶

潮汕舊時的「書齋」其實是大戶人家休閒的空間，可以讀書，可以休息，可以會客，可以對弈，愛茶者可以是茶室，善樂者也可以當作樂坊琴房。「書齋」一般規模不大，有相對固定的建築格局，進門是一個天井庭埕，或擺着花木盆景，或以陶瓷大缸缸養着睡蓮、荷花。天井後為正廳，廳堂上多有古玩字畫和名貴傢俬，是主人的主要活動場所。兩側則是房間，一間供休息，一間放置各種喜好的「道具」。及至後來書齋主人倦子落袋，書齋便成了宗族議事的地方，有的也成了教書的私塾，更有族紳和宗族中的讀書人可隨意走動，其餘人等不得入內。在這種格調高雅且門檻不低的環境下，閒情逸致地品飲着熟騰騰的工夫茶，其愜意足以令人羨慕嫉妒恨。於是，「坐書齋，哈燒茶」在民間便成了養尊處優身份高貴的一個象徵。

茶無三推

行走在潮汕大地，無論的街頭巷尾還是老欄門店、田間鄉肆，隨處都可以見到三幾個人聚談在一起喝工夫茶。甚至在醫院住院部的過道、殯儀館的走廊一些貌似不合時宜的場所，同樣也能看到工夫茶的身影。這道獨特的風景線是潮汕飲茶風俗的真實寫照，也是潮人的一個群體印記。

潮汕人喝茶叫「食茶」。泡茶叫「沖茶」。俗話說「茶三酒四」，無論人客眾寡，工夫茶上一般只擺三個茶杯，喝茶的時候從不認杯，每次沖茶時都要將杯子沖洗乾淨再倒茶。這幾乎是潮汕工夫茶的約定俗成，可以理解為工夫茶平等公正、不分彼此的人文思想。坐下來一起喝茶首先是一種心理認同，有了這個基礎才有了融洽和諧的飲茶氛圍，這也是中國茶文化「和」的核心理念。當喝茶的人數超過三人時，泡茶的人是不喝第一衝茶，民間甚至用「沖茶食第一衝死老麼」以示惡諷。這種近乎發「毒咒」的態度其實是泡茶者的謙讓，體現了對喝茶賓客的尊敬和感情。而泡茶者每沖完一輪茶，就會熱情地招呼着大家「食茶」，喝茶的人總會相應讓讓地應着說「食、食、食」，讓讓互敬也應有盡有，如果過於客氣再三禮讓或推辭，茶湯就不好喝了，也影響到沖茶者的心情，辜負了人家的一番美意，這就是「茶無三推」的含義。

不同茶類對泡茶水溫要求是有區別的。龍井、碧螺春等綠茶類較低，品飲時除了享受那種春天的山嵐氣息、花香芬芳和鮮美甘醇的滋味，還要欣賞那翠綠明亮的湯色和優雅曼妙的茶形，因此最好用八度的水來沖泡。如果用沸騰的老湯來沖泡，則會出現鮮氣飽滿的熟湯老味，嫩茶新沖盡失。紅茶屬全發芽茶，甘醇醇和，宜以九十度水沖泡，口感更為清爽。烏龍、普洱滋潤醇厚濃郁，氣韻飽滿，則以剛燒開沸水沖泡。傳統潮汕工夫茶對水的要求甚高，如選水以山泉水為最佳，燒水則講究泉湧連珠的「二沸水」。因為潮汕人都知道不是開的水難以沖出香氣滋味俱佳的茶湯，水溫不夠的茶衝出來「無味」。梁實秋在《喝茶》中寫到他早年旅居青島時和一個潮汕澄海籍的朋友喝工夫茶的情形時說：「不知是否弄反玄虛，誰爐火與茶具相距七步為度，沸水和溫度方合標準。與小溫而飲之，若欲隱匿自返出於衷，則主人不悅，須畢畢至鼻頭猛嗅兩下。寥寥寥寥，工夫茶的規矩便已躍然紙上。」

「月圓」：茶、餅、月的團圓相照



茗香齊放
瑤月茶月餅禮盒 (480g)
茉莉花茶、白茶、綠茶奶黃流心月餅

中秋佳節的明月又即將照耀整個神州大地。吳月開始，人們就有煮飲團茶的習俗。至宋初，又以福建龍巖一帶的北苑龍鳳團茶作為貢茶，因其團圓如明月，因得雅稱曰「月圓」。唐代盧仝有詩云：「開城兒說團圓，手團月圓三百片。」宋代茶觀也有：「月團碾龍龍，飲罷呼兒課《楚詞》。」此為茶與月的奇緣。饒有意味的是，與月圓有緣的還不止此一物。據傳同樣是唐初起，就有了中秋節吃月餅的習俗。北宋之時在宮廷內流行，後傳至民間，俗謂之「小餅」或「月團」。可見，「月圓」歷來有兼義，既可指茶，亦可指月餅，因兩者皆團圓如月且讓人身心歡喜。

新工藝白茶的創始與發展

眾所周知，在上世紀六十年代前，福建白茶分類中並沒有新工藝白茶這一花色品種。中茶福建公司(當時名為福建省茶業進出口公司)檔案資料顯示，上世紀50-60年代白茶的銷售地區僅限於香港、新馬市場，消費對象為粵籍僑胞。當時中茶福建公司出口的銀針白毫、白牡丹因品質優良而廣受歡迎。白茶加工工藝看似簡單，但受生產季節氣候條件、加工場所等限制，故而產量不高，常常供不應求。當年台灣也生產出白茶，雖然品質不如福建白茶，僅相當於中茶福建公司出口的二級貢眉以下，但也彌補了空缺，市場逐漸被台灣白茶所佔據。

1962年9月2日由香港寄來台灣白商品樣八磅，公司進行審評：「台茶近幾年來品質有所提高，外形與我茶來比顯得很……但我內質方面比台茶佳，在港澳市場上享有很高聲譽……我們建議，研究加工技術同志加以研究探討，為提高白商品質，擴大外市場而努力工作。」

1963年開始，中茶福建公司技術人員與各初制廠進行白茶初制技術改進，白茶加溫萎凋、烘乾試驗，均獲成效。

1964年9月，香港德信行在《對我白茶發展方向初步建議》中提到「就香港白茶市場潛力很大，與茶業國家和地區，以白牡丹、貢眉為主產品，少量銀針及新工藝白茶。隨着改革開放，銀針白毫、白牡丹、新工藝白茶銷售擴大出口到歐美國、日本等國。至今，中茶福建公司仍根據市場需求下達新工藝白茶各等級生產計劃，並在福鼎、政和、松溪定點生產。除出口傳統國際市場外，也逐漸銷國內市場。」

2019年，值建國70周年暨中糧集團、中茶公司成立70周年之際，公司特別推出新工藝白茶——「東方白美人」白茶餅。這是對中茶公司創新理念的對新時代傳承，也是對福茶一代代經典的莊嚴致敬。

1964年9月，香港德信行在《對我白茶發展方向初步建議》中提到「就香港白茶市場潛力很大，與茶業國家和地區，以白牡丹、貢眉為主產品，少量銀針及新工藝白茶。隨着改革開放，銀針白毫、白牡丹、新工藝白茶銷售擴大出口到歐美國、日本等國。至今，中茶福建公司仍根據市場需求下達新工藝白茶各等級生產計劃，並在福鼎、政和、松溪定點生產。除出口傳統國際市場外，也逐漸銷國內市場。」

戰略合作伙件

吳裕泰 1887
賣老百姓喝得起的好茶

臻溪 輕輕茶
The best tea for you
取上子土

正山堂
傳承紅茶四百年

中茶 CHINA TEA