■責任編輯：陳 濤 ■版面設計：劉坻坻 2020年5月13日(星期三) 香港文匯報WEN WEI PO

茗聲 茗家

第22期

特刊「茗聲」為雙周刊，隔周三刊登

主辦單位：中華茶人聯誼會
中國茶文化國際交流協會

慶祝首個「國際茶日」全球茶人共同的專屬節日

煮茗論道

2019年，聯合國大會第74屆會議將每年5月21日確定為國際茶日，以讚美茶葉對世界經濟、社會和文化的價值。該提案確定是由中國主導推動的，這是我國首次成功推動設立的農業領域國際性節日，彰顯了世界對中國茶文化的認同，將利於中國同各國茶文化的交融互鑒，推動全球茶產業的協同發展。

茶葉生產和加工是發展中國家數百萬家庭的主要生計來源，也是若干最不發達國家數百萬貧困家庭的主要謀生方式。中國是茶的故鄉，作為茶的發源地，每個中國人都感到自豪。在這片美麗富饒的土地上，勤勞的中國人創製了絲茶、白茶、黃茶、烏龍茶、紅茶、黑茶及花茶等茶類，創造了輝煌燦爛的千載茶史。詩人在茶裡讀寫千古詩篇，耕農在茶裡看到柴米油鹽，後人在茶中開闢精神家園。茶高雅，卻仍可氤氳街頭巷尾；茶入俗，卻又可洋溢於廟堂之高。今後，中國茶將受到更多的矚目。歷年以來，中國茶交出了一份份驕傲的成績，「茶葉出口大國」、「茶園種植大國」、「茶葉生產大國」，未來中國仍然會在世界茶文化中擔當重任，扮演愈加重要的角色。

2020年4月7日，農業農村部辦公廳下發了《關於做好首個國際茶日有關工作的通知》，對迎接首個國際茶日的相關工作提出了明確要求和實施方案。近年來，中國茶產業繁榮發展，這離不開廣大中華茶人的不懈努力，國際茶日也是全球茶人共同的節日。為貫徹落實農業農村部《通知》精神，共同慶祝首個國際茶日，現誠摯地倡議所有中華茶人，充分利用互聯網平台資源，發揮廣大茶人的自媒體優勢，通過微博、微信、短視頻APP等自媒體平台發佈科學飲茶、健康飲茶等相關內容，大力普及茶知識、擴大茶消費，積極回應國家號召，開展扶貧類、幫扶類專題活動。願廣大中華茶人以此次國際茶日為契機，共同發聲、共同行動、共同努力，讓國際茶日的宗旨在中國、在世界得到切實的回應和踐行，讓新時代茶人精神得到一如既往的傳承和弘揚。讓茶，創造健康、美好生活。

中國茶業簡史

茶經歷了從藥用到食用到飲用，又經歷了從煮茶到點茶到泡茶，歷朝歷代不斷發展演變。

神農時代	5,000年以前，神農時代利用生葉煮着喝，把茶葉拿來當藥用。
西周、東周	3,000年前，開始人工栽培茶樹，當菜食。
秦代	2,300年以前，開始當茗飲，調煮，羹飲。
漢代	西漢：2,000年以前，開始商業化，成都成為我國茶葉最早的集散中心。 東漢：1,500年左右，開始製作茶餅，以便運輸。
唐代	1,200年以前，受唐代經濟、文化的影響，陸羽《茶經》的宣導，唐代飲茶文化盛行。
宋代	1,000年以前，泡茶技藝的改進，水質的講究，鬥茶成了一種風潮。
元代	700年以前，開始出現散茶。民間則以散茶為主，餅茶主要為皇室宮廷所用。開始出現泡茶方式，即用沸水直接沖泡茶葉。為明代散茶的興起奠定了基礎。
明代	600年以前，朱元璋廢團改散，黃茶、黑茶和花茶的工藝相繼形成。
清代	300年以前，中國茶風靡世界，獨步世界茶市，當時出口茶葉的只有中國，工藝以烘青和炒青為主，製作了烏龍茶、紅茶、黑茶、花茶、綠茶、白茶。
近代	1846–1886年：中國茶葉的興盛時期，茶園面積不斷的擴大，茶葉產量迅速增遞，有力的促進了對外貿易發展。 1886–1947年：中國茶葉生產的衰落時期，政治、經濟方面、國際茶葉市場競爭失敗。 1950–1988年：中國茶葉生產的恢復發展時期，政府的支持和重視，大力恢復舊茶園，建立新茶園，改進新品種，推行科學種茶，茶葉經濟走向穩定發展之路。

■吳裕泰有機茶涵蓋了五大品類，是茶行業唯一一家銷售全品類有機茶的企業。

茶和世界 共用時代 共用健康

住茗飄香

茶葉起源於中國，每提到中國人飲茶的起源，很多人都會想到「神農嚐百草」的傳說，根據《神農百草經》的記載：「神農嚐百草，一日而遇七十毒，得茶解之。」可以發現茶最早是被當做藥物使用。發展至今，茶在神州大地的每一個角落生根、發芽，茶葉不僅成為中國人日常生活的一個重要部分，茶文化更是遠播海外，對許多國家產生了深遠而巨大的影響。

走向世界的茶

在東亞各國中，中國茶和茶文化對日本的影響最為深遠，中國的茶與茶文化是以佛教作為傳播媒介，經由浙江地區傳入日本並進一步發揚光大，在中國茶道的基礎上，日本茶道應運而生，獨具中華民族的特色與文化內涵。同時中國的茶陸陸續續傳入東南亞等鄰國，大約19世紀前後，越南開始大規模種植茶葉，遠銷海外；1684年，印尼從中國獲得茶籽，在當地試種；1780年，英屬東印度公司又開始在印度種植茶葉，之後大規模引入茶籽，到了19世紀下半葉，「印度茶之名，充斥於世」的盛況出現。

除了亞洲地區之外，中國的茶與茶文化還遠渡重洋，傳入歐洲大陸。1606年，荷蘭東印度公司歷史上第一次將從中國採購的一批茶葉運往阿姆斯特丹，同時東印度公司還將中國的茶葉銷售至法國、意大利、葡萄牙、德國等。1618年，中國將一批茶葉作為禮物運送到俄國但因為路途遙遠，加上天氣嚴寒，整個行程十分遲緩，需要18至20個月，因此茶葉運輸到俄國之後，價格很高昂，只有當地的貴族才能飲用。英國在7世紀中後期也掀起飲茶的風尚，到了18世紀，茶儼然成為英國社會各階層必不可少的日常飲品。

16世紀，中國茶已經在歐洲許多國家傳播開來隨後又經由歐洲大陸遠渡重洋，來到北美大陸。從那之後，美洲國家也開始流行飲茶。1812年，巴西引進了中國茶的種子，開始種植。1824年，阿根廷也購入了中國茶籽，在內地大面積栽培。19世紀初期，傳教士和大批商船將中國茶帶入紐西蘭等地。很快，大洋洲也刮起了飲茶之風。

明朝年間，鄭和曾經先後七次下西洋，途經越南、爪哇、印度、斯里蘭卡、阿拉伯半島，最後抵達非洲大陸的東海岸。每次遠洋航行都隨船攜帶着茶葉，沿途售賣，最終茶葉也傳入非洲地區。

創造健康 美好生活

在對健康日益重視的當下，茶更是作為健康、天然飲品受到世界各國的矚目。茶是仙草，吸天地之精華，聚日月之靈氣，把它採摘下來進行簡單加工，沒有任何添加劑且富含營養物質。同時，在品茗的間隙，感受茶葉豐富的韻味，撇開日常瑣事的煩擾，享受茶帶來片刻清新和寧靜。

為確保消費者買到放心的好茶，享受茶帶來的健康、美好生活，吳裕泰推出有機茶系列產品。吳裕泰在福建安溪、雲南、四川等地，共建立八大有機茶園，嚴格按照國家對有機茶生態環境及土壤的標準，始終堅持着傳統製茶工藝，做到「從茶園到茶杯」的全程品質控制，確保了茶葉的品質。吳裕泰有機茶系列產品自上市以來榮獲了一項又一項的大獎。吳裕泰有機滇紅紅茶榮獲2019世界紅茶產品品質「大金獎」、吳裕泰特級有機正韻清香型鐵觀音榮獲五星名茶評；其中，有機清香鐵觀音和有機貢眉白茶更是入選了國慶70周年閱兵供應保障茶，得到了受閱軍隊的一致好評。

目前，吳裕泰所售有機茶涵蓋了五大品類，共計19個單品，是茶行業唯一一家銷售全品類有機茶的企業，滿足了不同消費者不同季節的健康飲茶需求。同時有機茶分為禮盒裝和罐裝，適宜自己飲用，也可以饋贈親朋好友，相信如此佳茗，即使是再挑剔的茶客也會為之傾倒！

■中茶曼松普洱茶（生茶）緊壓茶，精選雲南西雙版納猛腦縣曼松產區優質茶菁為原料。

中茶曼松 皇帝專用茶

■湯色金黃 明亮・香氣 清新高揚。

芳茗齊放

曼松，一個另每一位愛茶人心之神往的名字，曾經「皇家貢茶園」的名號為之附上了更多的「傳奇」色彩。

曼松古茶茶區，隸屬於古六大茶山倚邦。據道光年間的《普洱府志》記載，從雍正十三年（1735年）開始，普洱茶由倚邦土千總負責採辦，倚邦的曼松茶被指定為皇帝的專用茶。每年二月，茶葉萌芽時，曼松頭人受命採辦貢茶，貢茶分為芽茶、蕊茶、女兒茶。採辦期間，任何茶商不得入山。

在普洱茶的歷史上，作為納貢的茶雖多，但能夠成為皇帝專用貢茶的卻寥寥可數，如此可見曼松茶極其優異的品質。

時過境遷，昔日皇宮專供茶，而今也入尋常百姓家。中茶曼松普洱茶（生茶）緊壓茶，精選雲南西雙版納猛腦縣曼松產區優質茶菁為原料，經手工揉製，傳統蒸壓，低溫乾燥而成。餅型圓正飽滿，餅面芽毫顯露；湯色金黃明亮，香氣清新高揚，茶質溫潤醇和，柔滑細膩，清甜甘潤，喉韻清涼持久。中茶曼松普洱茶，現已上市開售，願以傳承皇家貢茶的品質，溫潤每一個愛茶之人。

■正山堂董事長江元勳將首批金駿眉春茶贈予武夷山援鄂抗疫歸來的醫護英雄。

國際茶日東風來 創新共飲中國茶

住茗飄香

2020年年初，一場猝不及防的疫情，使傳統茶葉門店受到了很大的衝擊。一方面，由於疫情管控，許多茶葉店無法正常營業。另一方面，茶葉品鑒是銷售中的一個重要環節，很多消費者在購買茶葉時會花一定時間與店員交流茶葉品質，並親自體驗後才產生購買。同時，茶空間服務也是一些門店的重要業務，疫情下茶葉的銷售困難，茶農的利益也受損。

傳承紅茶四百餘年的正山堂，如今線下管道已經趨於完善，目前在全國已經超過1,500家門店。在疫情造成的市場環境下，創造性地佈局線上行銷，摸索出了一條茶葉銷售的新模式，也期望借此為推動國際茶日的影響做出貢獻。

早在2011年，正山堂團隊便意識到電子商務巨大的發展潛力，着手佈局電商管道，利用電子商務的創新模式，賦予傳統茶行業新的發展生機，也為廣大茶葉愛好者尋找品質好茶提供了更為方便快捷的管道。多年的精耕細作，正山堂電商也取得了不俗的成績，連續五年雙十一蟬聯紅茶類目的銷量冠軍。

多年互聯網電商經驗的積累，讓正山堂在疫情之初，便意識到了互聯網管道對茶葉銷售的重要性，於是迅速抽調內部骨幹成員，成立專門的二代電商部門，通過直播、短視頻的方式，更直觀地、立體地呈現品牌及產品優勢，帶動茶葉銷售。

在正山堂茶業的抖音官方帳號上，將紅茶的歷史文化、正山小種、金駿眉的創始與發展、駿眉中國的佈局與行業意義等一系列的內容，以短視頻的方式呈現，讓消費者可以更直觀、充分地了解正山堂、正山小種和金駿眉，目前正山堂茶業抖音官方賬號的粉絲已接近15萬。

借助完善的線下管道體系，正山堂鼓勵線下門店開設短視頻平台賬號，拍攝茶主題相關的短視頻、定期直播、線上上組織雲品鑒會，同時帶領經銷商，將線下門店的客戶以及線上公域流量導流進來的客戶，組建微信社群，開展社群行銷，並搭建了線上小程式的銷售平台，促成銷售轉化。這種創新的行銷方式，提升了門店的銷售業績，降低了疫情對線下管道的影響。

隨着疫情的控制和正山春茶的上市，4月15日，2020年首批金駿眉春茶推薦會於金駿眉的發源地武夷山桐木圓滿舉辦。當日，正山堂董事長江元勳將首批金駿眉春茶贈予武夷山援鄂抗疫歸來的醫護英雄們，向他們表達誠摯的敬意的謝意。首批春茶推介會後，正山堂全國各門店也陸續開展線上直播和線下品鑒會，通過線上線下相互結合，在網路平台上形成一個傳播矩陣，化整為零，突破地理位置和單店人流量的限制，在疫情下找到突破口，發現新機遇。正山堂始終秉持着「為世界製作最好的紅茶」的初心，並以「國際茶日」為契機，緊跟時代步伐，為弘揚中華優秀茶文化，傳播科學茶葉知識，不斷前行，不斷發展。

■首批春茶推介會後，正山堂全國各門店也陸續開展線上直播和線下品鑒會。

■胡南省安化山裡，繞不開家國情懷，這幾乎已經在歷史上形成了一道風景。

■安化黑茶對筆者而言，貢獻了國家財富，從政治、經濟、文化。

為甚麼安化黑茶的故事都是大題材？

文：洪漢如

住茗飄香

談及許多茶產品給人們帶來的價值時，總免不了說到茶文化上。「文化」與「武化」是相對應的，「化」是一個過程，春風化雨的感覺。做茶，選擇了文化的路徑，很自然那就得是一個過程，一個春風化雨的過程。茶適不適合「武化」呢？很顯然是不適合的。湖南省安化山裡早年間有「茶武化」的現象，很多年以後，那些往事也都會沉澱為文化的素材。武化未必有力，有力的還是文化，春風化雨，那種在浸潤過程中所儲納的力量可以給人以生的希望。

筆者前後走訪了安化很多黑茶的零售終端店，與經營者交流，感受最深的就是人們對於文化的剛性訴求。位於成都金堂的安化黑茶白沙溪專賣店裡，濟濟一堂的四川人聊起了遠在湖南的那個小縣城。

店主彭女士，在計劃開店之前也去過安化，在白沙溪茶廠裡接受了近一周的培訓。也許是在白沙溪頗有手藝，她經營茶，尤其注重培訓，在她的店裡，前端是用來接待客戶的，一個貨架相隔，後面就主要是用來培訓。我們在前端喝茶聊天，後面坐着很多人，在複習茶的相關知識，交流泡茶的技能；她表達了一下普通客戶對於安化黑茶的感覺表示：安化黑茶給人傳遞的文化感覺太「硬」，就是產品故事講述的都是一些大題材。回到小老百姓的生活，更多需要的可能只是細膩的小感動而已。這也正是我想在體驗層面做更多嘗試的初心。

講安化黑茶的宏觀故事，繞不開家國情懷，這幾乎已經在歷史上形成了一道風景。在晚清民國時期，茶葉在西北部幾乎可以作為交換物資的一般等價物，所以朝廷在西北發放軍餉的時候通常是不用銀兩，而是用茶。士兵拿着茶在草原上可以換到自己所需的生活物資，同時自己的日常生活也會喝大量的茶。軍茶，從兩宋時期活躍的茶馬互市開始，就已經注入了一種國家命運的情節。從《王安石變法》到顧炎武的《天下郡國利弊書》，士大夫要指點江山談論天下這個話題，就繞不開茶政。

我們知道，國家財政依賴於稅收，封建王朝時代，如何徵收財稅，考驗的是一個政治家的智慧。你直接向老百姓徵收人頭稅，將引發較大的直接對抗，將財稅隱藏在老百姓的一些剛需產品中徵收，既不表現得那麼明顯的在掠奪百姓財富，同時也能有效的保障國家的財稅穩定與規模量。春秋時期，管仲將財稅隱藏在食鹽裡，就是基於這樣的考慮。兩宋以來，由茶馬互市榷場製造的大額茶稅也成了一項重要的財稅來源。茶葉在滿足民族必需產品的同時，貢獻了國家財富，從政治、經濟、文化，全方位做了貢獻。而安化黑茶，曾經就是這類茶葉的主體構成部分，談及黑茶，聯想到國家情懷，這是歷史性形成的習慣語法。而這種習慣，本身就體現了「文化」的過程。

我們站在歷史的宏觀視角，看到的就是茶與家國天下的關係。而當我們回到傳統銷區的一個個飲茶家庭的時候，看到的依然是一些具有感染力的細節。

草原篝火裡，晨起的那一碗早茶。崑崙山下古村落裡那些長壽老人床邊倒扣的茶碗。祁連山下裕固族同胞祭鄂博的時候放在祭司手上的磚茶。時間太久遠，路程太漫長，關於安化黑茶的更多感人細節，我們還在探索發現的過程中。因此可以說，安化黑茶給我了某種照見：於我而言，茶文化不是一個文本概念，而是連接著山河大地，連接著千家萬戶，連接著歷史與現實的宏觀面與細節點。

六堡茶：從著名僑銷茶到國民健康飲品

住茗飄香

六堡茶是我國著名的僑銷茶，在東南亞地區享譽盛名，因原產於廣西梧州市六堡鎮而得名，出口歷史十分悠久，最早可追溯到17世紀華工「下南洋」時期。在馬來西亞，礦工們每天在烈日下長時間持續作業，炎熱、潮濕的環境，加上長期的體力勞動，華工容易患上中暑、風濕、關節炎等病症。但當時的人發現兩廣一帶的華工不太容易得病，細究之下，發現原來是他們常喝自己帶去的六堡茶。在兩廣一帶，六堡茶是當地人的日常茶飲，每天喝六堡茶是兩廣人民的習慣。所以，一傳十十傳百，越來越多礦工開始喝六堡茶。

中茶窖藏六堡茶經銷商、廣匯豐茶行第四代繼承人劉俊光也說過，六堡茶在南洋之初，是被當成藥來喝的，每天飲用大量的六堡茶，成為那時華工的日常必需。時至今日，南洋的礦業已不復往日盛景，但六堡茶卻在南洋生根發芽並枝繁葉茂。幾十年過去，廣匯豐茶行進門位置擺放的還是六堡茶，銷量依舊不錯。

新中國成立後，1952年，六堡茶出口任務交到了中茶公司手中，由當時的中國茶業公司中南區公司廣西省公司梧州支公司負責具體業務，這就是如今的梧州中茶茶業有限公司。從此，六堡茶的發展進入了一個嶄新的時代。

20世紀50年代中期，由當時中國茶葉出口公司組織、廣東和廣西的外貿部門成立了研發小組，廣東負責普洱茶，廣西負責六堡茶，專門研發冷水渥堆工藝。經過兩年多的研發和實驗，六堡茶冷水渥堆發酵工藝終於在1958年正式投入生產應用。

發酵工序是奠定六堡茶「紅、濃、陳、醇」品質的關鍵。在發酵過程中，通過濕熱作用、酶促作用和微生物作用，促進內含物質轉化，減輕苦澀味，使得湯色加深，滋味變醇，葉底顏色變紅褐或黑褐，冷水渥堆發酵工藝的研發成功，開創了六堡茶加工技術從簡單的蒸壓陳化躍升到微生物參與發酵的嶄新高度。

可以說，自1952年起，直至2005年外貿茶葉出口授權管理取消以前，整個東南亞進口的六堡茶都是梧州中茶茶葉有限公司出口的六堡茶，中茶窖藏六堡茶的口感，代表了出口六堡茶的口感。

2008年以後，隨着中茶梧州公司的發展重心逐漸回到國內，中茶窖藏六堡茶也被越來越多的茶客所熟知，成為了國人所熟悉的健康茶飲。2016年開始，歷時兩年多時間，將六十多年六堡茶加工經驗與現代化科技設備相結合，成功自主研發並投產中茶窖藏六堡茶自動化發酵生產線，實現了中茶窖藏六堡茶全程不落地、清潔化、智慧化及視覺化發酵，一如60多年前領導和發明六堡茶冷水發酵工藝技術一樣，繼續引領六堡茶現代化、清潔化、智慧化加工技術的發展。

中茶窖藏六堡茶一直致力為消費者奉獻健康茶飲，不僅繼續出品中茶陳大籮茶，生產的小包裝產品也深受消費者的喜愛。如近年來推出的「老八中系列」，一直是市場上備受關注的產品。其中，「老八中系列」分別有兩種包裝，一種是鐵盒包裝，也就是茶友們所熟悉的「老八中工體罐」，分別有紅罐、銀罐、綠罐三個版本；另一種是紙盒包裝，就是今天所說的老八中紅盒與紫盒，紅盒與紫盒又各有250克和100克兩個規格，共有四個版本。如今，梧州中茶茶葉有限公司將這些產品——複刻，重現了外賀六堡茶的風味。

今年4月，老八中紫盒2020版上市，給市場注入了新的活力。產品選用特級春茶原料，幹茶條索緊細勻整，色澤黑褐光潤帶金毫；醒茶開湯後，湯色紅濃明亮，陳香濃郁持久，令人如沐春風；細細品嚐，口感飽滿細膩，醇厚綿滑，陳香融入茶湯，飲後唇齒留香；葉底黑褐勻嫩，柔軟有彈性，充滿活力，未來可期。

■中茶梧州公司現代化自動發酵生產線

■南洋礦場工人出工前打六堡茶的場景

如何挑選一把「好」紫砂壺

住茗飄香

不管是剛開始涉足紫砂壺領域的愛好者，還是在江「壺」叱咤多年的大佬，每個人心中都有一個衡量「好壺」的標準。對於不同階層，不同審美，不同需求的人們，選擇的壺也各不相同。但是一把「好」紫砂壺一定具備符合大眾人群審美的最基本的特徵。

大多數紫砂愛好者的初衷秉承實用與收藏相結合的賞玩心態，正所謂做壺無定法，壺中有方圓。方圓就是指做壺，實壺的規矩。工藝美術大師顧景舟先生認為，一把好的紫砂壺，應該是形、神、氣、態俱佳。形是指一把壺的外形、輪廓、面相；神是指神韻，一把壺的精神面貌；氣是指氣質，主要是指紫砂壺的用料、色彩及各部件的搭配；態是指儀態，一把壺的高低、胖瘦、陰柔或大小等。只有形、神，氣，態這四個方面貫通一氣，才是一件優秀的好作品。

工藝美術大師徐秀棠認為，通理得趣，方為上乘之器。他所說的理，是指物質，他所說的趣，是指情趣。所謂通理，就是要適用。一把壺要拿得住，握得穩，要在容積大小，身段高矮，壺嘴曲折以及各個部位的配置方面，都要做到合理。有悖常理的壺，一定不是上乘製作。所謂得趣，就是要有情趣，雅趣和機趣。有趣為上，無趣為下。趣高為上，趣寡為下。只有理趣兼備的紫砂壺，才能滿足人們日常家用，和藝術把玩的雙重需求。

一把好的紫砂壺必須具備三個特點：一要好看，令人一見傾心；二要耐看，令人百看不厭；三要有意味，令人妙不可言。所謂好看，就是要養眼，要出眾，在一堆紫砂壺中，能讓人感覺到那把壺，超凡脫俗，獨領風騷。那種擱在壺堆裡，找也找不到的壺，一定不是上乘之作。

養眼不是搶眼，出眾不是出位。有些人總想通過一些奇異的造型，怪誕的裝飾來吸引眾人的眼球。那些壺，雖然具有視覺上的誘惑力和衝擊力，但是由於過於花哨，過於出位，不可能養眼。養眼且出眾的紫砂壺，一定是氣韻生動的，神情兼備的，令人動心的。

所謂耐看，就是要經得起反覆看，經常看，仔細看，常看常新，百看不厭。有些壺乍一看驚心動魄，再一看粗製濫造，今天看花枝招展，明天看興味索然。這樣的壺不能進入優秀作品行列。優秀的作品，一定是有神韻的，有靈魂的。

所謂有意味，是指作品中的思想，哲理，玄機，趣味。但是，這種思想、哲理、玄機、趣味，又具有一種叫說不清，道不明的特徵。對於那些說不清，道不明的思想，哲理，玄機，趣味，許多人喜歡籠而統之為妙。妙，是一種境界，是一種天趣，是一種美不勝收的審美感受。如果一把壺，你覺得它非常之妙，甚至到了妙不可言的程度，那麼，它一定是紫砂極品。

對於剛剛接觸紫砂的愛好者來說多看，多想，多比較，首先要提高鑒賞水準。古人云：「觀千劍而夜識器，操千曲而後曉音。」當然，對於想以紫砂作為增值保值理財手段的人除了上邊說的，還要秉承真品為本，名家為王，精品為上，稀缺為貴，完美為佳這五個因素。

茗典百科

茶葉知識 Q&A

Q：白茶可以治感冒嗎？

A：白茶可抗炎清火，但不可以代替藥品。

（1）白茶的加工工藝中沒有殺青和揉撚，低溫長時間萎凋也造成了白茶有別於其他茶類的物質組成，成為其抗炎清火的基礎。

（2）白茶中黃酮的含量較高，是天然的抗氧化劑，可起到提高免疫力和保護心血管等作用，一般老白茶的黃酮含量更高。在感冒初期飲用白茶作用更明顯。

（3）白茶功能主要在提高免疫力和預防方面，終究不是藥物的替代品，如炎症和感冒較嚴重還是建議去醫院，畢竟每個人體質以及感冒發生情況是不同的。

Q：如何正確撬開一餅茶

A：用一把順手的茶刀（撬取餅茶、磚茶等緊壓茶的工具，與茶匙一樣屬茶具中的輔助工具）來撬開茶餅。

步驟一：不管哪類茶餅，都是一層層壓在一起。因此，找到層與層之間的銜接點最為重要。

步驟二：找好切入點後，將茶刀順勢插入茶餅。注意：第一個動作就是直直的深入茶餅。茶刀深入越多，則越為成功。

步驟三：隨後，慢慢橫向移動茶刀。也就是說，將茶餅的「創口」由「點」變成「面」。

步驟四：先插後掃，接着就可以撬了。請注意，這個動作是撬。利用槓桿原理，慢慢的撬開茶餅。

Q：適合使用蓋碗沖泡的茶品有哪些？

A：蓋碗是所有的茶器中用途最廣的一個用具，幾乎六大茶類（綠茶、紅茶、青茶、白茶、黃茶、黑茶）都可以用蓋碗來沖泡。但是，名優觀形品類，如龍井、太平猴魁，適宜用高玻璃杯來展現其優美的姿態；需要高溫的品類，如鐵觀音、普洱茶（特別是老茶）等，則適合用溫度保持較好的紫砂壺沖泡，而蓋碗不是最優的選擇。一般蓋碗胎質較薄，具有瓷器強度高、耐磨、吸水率小、耐污染，易清洗、耐腐蝕、耐急冷急熱、緻密堅實的特點。因此蓋碗可用來沖泡大眾的綠茶、紅茶、白茶、黃茶和普洱茶等。在試茶時，蓋碗是首選，由於蓋碗的特殊性，可以很好地展現茶的特性。

Q：蓋碗如何把握投茶量、水溫以及浸泡時間？

A：一般情況下，投茶量固定，提高水溫、延長浸泡時間，則茶湯濃度更高，體現在口感上則是，口感更濃重，香氣更明顯，苦澀味也更突顯。同理，浸泡時間不變，增加投茶量、提高水溫，也可以達到提高濃度的效果。水溫如何控制則需主要針對茶品的嫩度進行控制。嫩度高，相對而言，水溫則需要低一些，嫩度低，則水溫要求高一些。嫩度高的茶用相對低溫可以提高茶湯鮮爽度、降低苦澀度。泡茶時宜沖不宜泞，水流宜緩不宜急。

戰略合作伙伴

白沙溪 BAISHAXI 1939 黑茶之源 通流九洲 The birthplace of Dark Tea Popularized around the country

中茶 CHINATEA 中国茶 选中茶

正山堂 传承红茶四百年

吳裕泰 1887 卖老百姓喝得起的放心茶