

## 赤壁青砖茶创新国际范

陈会君 董金健

千年赤壁青砖茶展现出新姿态,在第四届中国国际进口博览会上,赤壁青砖茶设置了一个长久性的体验馆。

11月5日,赤壁青砖茶国际(上海)体验馆开门迎客,获得了斯里兰卡驻华大使帕利塔·科霍纳的点赞:“它不仅有着茶,还有与茶有关的延伸品,值得学习!”透过进博会这扇国际之窗,古老的青砖茶正在进行什么样的转型?

## 古老青砖走向时尚

赤壁青砖茶国际(上海)体验馆,一个浓缩的青砖茶产品全景图。

770多平方米的展馆里,300多种产品集中展示。传统块状青砖茶展示面积大约只有轻量化产品、延伸产品展示面积的1/5。“说明我们在加大力度转型。”赤壁青砖茶推广大使饶洁说。

赤壁是万里茶道的源头之一。赤壁青砖茶历史悠久,源自公元1006年,兴盛于明清时期。传统的青砖茶像板砖一样,黑黑硬硬。但这也是青砖茶走向欧亚的优势所在。过去,青砖茶长途运输,紧压茶既节省运力也容易保存。

这几年,赤壁青砖茶高光时刻不断。2019年,赤壁市羊楼洞古街修葺一新,开街首日,6万游客挤爆1.2公里古街;2020年,赤壁青砖茶“闪电”瘦身,推出百余款轻量化产品;2021年,赤壁青砖茶又有了“萌宠”万小茶……这些背后,都寄托着持之以恒的愿景——擦亮“中国青砖茶之乡”的名片。

为满足当代消费群体需要,去年开始,赤壁开发出百余款轻量化的青砖茶产品,包括袋泡茶、速溶茶等。有的产品外包装时尚,有的产品形态多变,像纽扣、像硬币、像巧克力……

体验馆内,赤壁德和茶业有限公司总经理肖亚松用智能煮茶机冲泡好青砖茶。端上青砖茶点心,请来宾客品尝。吧台处,工作人员做出赤壁青砖茶冰淇淋、凉粉,多样化的产品让宾客目不暇接。

## 公共品牌“联袂”出演

体验馆内,“虾茶之恋”组合礼包产品吸引了众人目光。“没想到‘虾茶之恋’这么快走向现实!”嘉宾感叹。

10月上旬,赤壁市委书记、潜江市委书记提出“赤壁青砖茶”和“潜江小龙虾”可以携手打造“虾茶之恋”产品,共同推动两个公用品牌做大做强。不久,“虾哥”“登门”“提亲”,潜江参访团一行到赤壁市,挑选了多款赤壁青砖茶样品,研发“虾茶之恋”产品。

11月5日,上海进博会启幕,“虾哥”带着“茶妹”亲密亮相。一款精致的礼盒里,一边是青砖茶,一边是真空包装的麻辣小龙虾。“青砖茶的主要功能去油腻,吃虾、喝茶,营造出新的搭配和应用场景。”饶洁介绍。

除了“虾茶之恋”产品,体验馆内还展出10多款区域合作品牌。“赤壁青砖茶”携手“鄂州武昌鱼”,推出“茶鱼饭后”礼盒;赤壁青砖茶、恩施玉露、宜红工夫茶“联袂”推出“鹤舞霞光”礼盒;还有赤壁青砖茶和红茶糕点“合作”的“五谷茶礼”,带来喝茶、吃糕点的新体验。

“这两年赤壁青砖茶铆足劲在拓展,每年都能给消费者带来新的惊喜。”饶洁说。

## 多样“变脸”科技支撑

多样化产品的背后,是营销策略使然,还是整个产业链硬实力的全面提升?

“销售策略固然重要,但用心做好产品是根本,保证每一款产品的品质是关键。”肖亚松说。大德和推出针对年轻人的8大系列20多款产品。“看似体积变小了,实则是工艺的革新,每块小颗粒的茶梗、茶叶配比,都严格把控,就是为了确保口感和品质始终如一。”

一年来,大德和还主推一款智能煮茶机。“解决产品轻量化问



题之后,还需要解决喝茶的便捷性。肖亚松展示道:“1升水对应1个茶包,把茶包扔进去,一键按下,把青(米)砖茶的洗茶、醒茶、煮茶、煨茶、焖茶五大煮茶流程自动化完成,让喝赤壁青砖茶从此变得简单。”

今年,赤壁青砖茶还推出一批功能性茶饮料。湖北思贝林生物科技有限公司负责人郑名维介绍:“既有去火的青砖茶凉茶,还有正风、正糖、正气砖茶饮料和茶凉粉、茶果冻。”

青砖茶的“变脸”背后是科技的创新。中国工程院刘仲华院士团队在茶叶功能分化利用等方面颇有研究。2020年6月,刘仲华院士被聘为赤壁市茶产业发展

首席科学家、赤壁青砖茶研究院院长。在刘仲华院士团队的指导下,思贝林启动赤壁青砖茶精深加工项目。经过一系列改良、试制,该企业研发出速溶型青砖茶等创新产品,赶上了上海进博会这趟“列车”。

与功能饮料一起展出的还有青砖茶洗面奶、面膜、洗发水等洗护用品以及印有赤壁青砖茶商标的丝巾、包包、项链等文创产品。

“只有注入科技创新元素,这杯古老的茶才能焕发活力。”赤壁青砖茶产业发展集团党委书记、董事长何国平说。

## 统一标识对标国际

除了创新产品多样化、提升科技含量之外,赤壁青砖茶要走向市场,最关键需要解决什么?

在体验馆的推介会上,赤壁市委书记董方平表示,做大做强赤壁青砖茶产业,需要从公共品牌形象入手。在古代尚未形成品牌意识的环境下,赤壁青砖茶的公共品牌就是至今依然刻在茶面上的“川”字。董方平说,“来自边疆牧民伸出三根手指一比划,这是来自市场最朴素最简单的对赤壁青砖茶品牌的诠释。”

进入市场经济时代,懵懂的市场体验催生了第一代赤壁青砖茶公共品牌标志。“由于辨识度不

高,不能彻底诠释赤壁青砖茶与现代品质生活的要素,上一代的赤壁青砖茶公共品牌标识已不适应发展需要。”董方平说,为此,赤壁邀请知名品牌设计公司,挖掘青砖茶文化、研究全国茶产业发展态势,最终确定了新的公共品牌视觉识别体系,即一个竖长方形标识,由“赤”字、数字“1006”、骆驼、书法“赤壁青砖茶”和英译文组成。

今年,赤壁市还成立了湖北省黑茶产品质量检测中心,可提供黑茶、花茶、红茶、沱茶、乌龙茶等22种产品的检测。这是湖北省首个黑茶产品质量检测中心,为本地30多家茶企提供免费检测服务。该中心的建成将成为赤壁青砖茶产业发展的重要技术支撑平台。

“参加进博会,展示赤壁青砖茶的同时,也是一个与国际同行相互学习的机会。”何国平说,赤壁青砖茶必须改变过去粗放经营的方式,与国际标准相适应,为了更好地走向国际,目前也正在跟欧盟标准全面对接。

“大势已至,未来已来。”董方平说,古老而年轻的赤壁青砖茶正以更蓬勃的姿态,争取在“一带一路”叫得更响。

上图:斯里兰卡驻华大使帕利塔·科霍纳参观赤壁青砖茶国际(上海)体验馆。 陈会君摄

左图:游客漫步赤壁羊楼洞古镇。 夏正锋摄



## 山东亲子游乐享科幻之旅

郭旗

亲子游是国内游的重要组成部分。目前,山东亲子游产品供给呈现持续升级的明显态势,成为山东旅游的一抹亮色。

位于济南的华侨城欢乐谷中国国家地理探索中心,孩子们正在用手环现场收集恐龙化石碎片,并放到设备上还原;在宇航员训练基地,体验宇航员失重感觉……这里有中国特有种、世界三极、科学之力3大主题区域,47个体验项目。

今年9月开业的华侨城欢乐谷中国国家地理探索中心、国家宝藏奇幻空间等特色体验内容。孩子们可戴上护目镜进入火山岩浆和冰川喀斯特地貌仿真场景的洞穴进行探险,或戴上VR眼镜坐在蛟龙号里探索深海。在国

家宝藏奇幻空间,孩子们把手放在人头形器口彩陶瓶瓶口,陶身上的图腾会飞出来;触动屏幕,可为乾隆彩釉大瓶穿上华美的“衣裳”;打开青砖机关,竹林七贤会动起来;踏上织天机,织出“五星出东方利中国锦护膝”;还可以踩一踩会演奏的《彩绘散乐浮雕》。孩子们在互动体验中,能够直观地了解文物故事。

青岛海信探索中心集科学馆、自然馆、博物馆于一体,是国内首家做到年龄细分、知识细分、区域细分的综合性科学探索与科普教育基地,亲子家庭为主要客群。中心总经理林其芬介绍,海信探索中心从父母便捷性、孩子喜好度、内容适应性、教育体验性等多维度考虑项目设计。中心内的500多个展

项对标人教版多学科课本教材中的651个科学知识点,其中200多个为互动体验式展项,23个属国内首创。目前,中心已举办国潮也科学、未来家电畅享、AI萌宠秀等294场科普主题活动,52场科学主题夜场;并自主研发20个系列、93课时的科普课程,近300节的好奇心课堂和624期科普日历。

济南融创文旅城开业半年以来,接待游客800多万人次,其中水世界、海世界、体育世界蹦床项目和攀爬项目的亲子购票占比50%以上。在融创乐园内,家长带孩子一起体验《飞越丝路》沉浸式表演,领略嘉峪关、月牙泉和黄河的壮丽风光。乐园还举办了山东首届亲子戏剧季,上演包括《白雪公主》、《丑小鸭》等多部经典剧目,吸引了众多亲子家庭观看。

在位于德州齐河的欧乐堡动物王国,孩子可以坐着缆车看动物,或在珍稀动物标本馆、黄河流域古生物化石博物馆了解高仿真技术“复活”的远古动物。

台儿庄古城旅游集团在谋划开发亲子游市场。集团副总经理黄晓莉说:“亲子游客是很重要的消费群体。现在古城内的亲子游客明显增多,我们需要认真研究孩子和家长的需求,完善休闲度假设施,做好寓教于乐,让孩子和家长都有很好的体验。”

左图:亲子游客在济南华侨城欢乐谷中国国家地理探索中心体验太空隧道。 资料图片



一抵达江苏省泗洪县,我们就前往洪泽湖湿地景区。对于第一次去的地方,我总是满心期待。

洪泽湖洪泽湖湿地景区位于中国第四大淡水湖洪泽湖西北部的浅滩地带,是华东地区生态系统完整的内陆淡水湿地综合性旅游景区,也是洪泽湖洪泽湖国家级自然保护区实验区的重要组成部分。

进入景区,首先来到芦苇屏障形成的水上迷宫。淡淡轻雾笼罩的水面上,船行激起涟漪荡漾开去,波光粼粼映两岸青绿色的芦苇,惊起水鸟从中飞出,芦花风中像狗尾摇摆,风中带着深深的凉意吹遍这片水域。

青纱帐,芦苇荡,青山绿水间的“红色”是泗洪重要的文化底蕴之一。抗战时期,泗洪被称为“淮北小延安”,为全国19个抗日民主根据地之一,是淮北苏皖边区行署、新四军四师师部所在地。刘少奇、陈毅、彭雪枫、邓子恢、张爱萍等老一辈无产阶级革命家曾在这里战斗和生活过。红色文化是历史留给泗洪的宝贵财富。人们走进泗洪,忆红色峥嵘岁月,接受爱国主义教育。

从岛上回到岸边,我来到水杉森林,笔直高大的水杉生长在浅水中,纵横成巷,水光潋滟,竹筏悠悠,黄绿浸染。一位“鸬鹚指挥官”站在水筏子上,与他的“士兵”完美配合,表演着高难度的“杂技”,鸬鹚在他头顶稳稳站立,在竹竿上展翅欲飞。鸬鹚捕鱼是这里濒临失传的古老技艺,引得游客争相拍照。

据介绍,洪泽湖湿地的旅游资源丰富,并已成为鱼族馆、水生植物园、洪泽湖湿地博物馆、千荷园、水生植物园、荷花大观园、天鹅湖、鱼趣园、鹿园、水杉森林、石磨林、深呼吸通道等精品景点和研学基地30余处。



## 洪泽湖湿地的惬意时光

尤紫璇文/图

购、研学、竞技”为一体的垂钓中心。我们到达那里时,有钓鱼赛事在举行,来自全国的钓鱼选手们在为夺冠而执竿。

俗话说靠山吃山,靠水吃水,丰富的鱼虾蟹等水产,是当地人餐桌上的美味,泗洪有美味的素八鲜和荤八鲜,素八鲜为莲藕、藕芽、莲子、芡实、芡实梗、菱角、菱角秧、水芹菜等;荤八鲜为洪泽湖大闸蟹、小龙虾、青虾、虎头鲨、黄颡鱼、河蚌、银鱼、白鱼等。高端的食材只需要简单的烹饪,鲜美的湿地美食多以清蒸、清炒、清炖,吃的就是那份自然的鲜美。

湿地丰富繁茂的水生植被为鸟类提供了栖息、觅食、繁衍的家园,200多种鸟类在此栖息或越冬。湿地观鸟是许多游客专程来洪泽湖湿地景区的理由。

依托优良的湿地生态资源,泗洪大

力发展旅游业,“游大湿地 做深呼吸”为游客提供了民俗游、美食游等多种游玩方式,游客可在此住特色民宿、享民风民俗、品乡土菜肴。随着洪泽湖湿地景区升级为国家5A级旅游景区,泗洪旅游实现了从观光游到休闲游的品质升级,更加注重提升游客体验感,为游客休闲度假提供高品质服务。

一处在水杉林深处的温泉度假村,更是惊艳了我们,在大片水杉林深处,植被掩映中,温泉池热气蒸腾,各类鸟儿在林中起舞,鸟鸣不绝于耳,置身其间,一解旅途的疲劳,身心得到舒适的放松。

此行美好而短暂,带着湿地的美与回味,我们意犹未尽地离开,期待着下次的泗洪之旅。

上图:洪泽湖湿地景区的水杉森林。

## 发展冰雪旅游还需深耕细作

吴若山

北京2022年冬奥会开幕在即,这一体育界的盛事同样是冰雪旅游发展的重要节点。要有效挖掘“冰天雪地”这座金山银山,将“寒冷”的冰雪资源做成“火热”的旅游业态,树立休闲观至关重要。

冰雪旅游休闲观的“第一要义”,是构建多样化、个性化、特色化的产品供给体系。以往受限于冰雪旅游季节性强的特点,人们往往认为冰雪旅游产品面窄,容易陷入在滑雪、溜冰、赏冰雕、看冰灯等几大件的窠臼,导致同质化产品供过于求,“游客”难以成为“留客”。但在冬奥会的热潮下,近年来我国滑雪场数量、冰雪旅游人数快速增长,游客的体验性、度假性需求日益旺盛。构建更长更全的产业链条,为游客提供多样的消费选择已经提上议事日程,其具体发展路径就是《冰雪旅游发展行动计划(2021-2023年)》所明确的多业态融合之路,各地可结合自身冰雪旅游资源,开发融滑雪、登山、徒步、自驾、露营、非遗体验、冰雪文化展示等为一体的高品质、复合型产品。

冰雪旅游休闲观的“魅力引擎”,是为冰雪旅游注入文化底蕴。冰雪是大自然馈赠的资源,冰雪文化是人类创造的精华,我国地域辽阔,冰雪文化源远流长,“千里冰封,万里雪飘”的笔上风光,“卧冰求鲤”“程门立雪”的民间传说,抽冰茶、打爬犁、推冰磨等民俗活动数不胜数。在旅游这个大流量平台上,深度挖掘提炼冰雪文化要素,因地制宜建设冰雪大讲堂、非遗展示馆、文化大讲堂,创新开展冬俗、冬赏、冬读等活动,既能使游客深度感悟冰雪文化,将文化的内容做实,又能增加冰雪旅游品牌的韵味,提高冰雪的“热度”,值得各地的地大做文章。

冰雪旅游休闲观的“基本要求”,是提供以游客为中心的优质服务。在旅游这一体验经济中,服务堪称目的地第一代言人。我国不少冰雪旅游景区,淡季明显,做好四季尤其是旺季的服务工作并非易事。要让游客感受惬意,对内,目的地要在组织领导、政策保障、宣传监督等各环节秉持“用户思维”。对外,要多掌握游客需求,从精处入手,从游客的烦心事、揪心事做起。沿着这个思路为游客多想一点,目的地多赚一点就不是难事。

需要提醒的是,考虑到冰雪旅游项目往往具有资产重、投入大、单季经验特征明显和造雪用水多等特点,各地在推进项目建设时,要加强经济风险和生态风险管控意识,遵循“两山”理论推动冰雪旅游健康可持续发展。

总之,冰雪旅游这一白色经济与文化、教育、装备制造、科技等

融合发展,可在我国扩大内需、优化供给结构、建设文化强国等方面发挥巨大作用,值得我们以“休闲”的视角去深耕细作,发掘其更大价值。



欢迎关注本版微信公众号“人民日报行天下”