

# 坦洋工夫：用活展会平台 做好宣介文章

□ 陈雅芳



2025年中国成都(秋季)国际茶业博览会,福安坦洋工夫馆吸引众多茶友品茗。

11月7日,2025年中国成都(秋季)国际茶业博览会上,福安坦洋工夫馆茶香氤氲、人头攒动。全产业链展示、多维度交流、沉浸式体验的展馆设计,为福安茶产业搭建了跨区域推广和供需对接的平台。“茶业是一个前景十分广阔的行业,福安坦洋工夫茶抓住了这个市场机遇,造就了福安的闻名遐迩。”初次品尝后,巴西驻成都总领事馆总领事阿尔米尔·利马·纳西门托被坦洋工夫茶吸引。

据介绍,作为中国西部地区最具专业性、影响力的茶业盛会之一,成都(秋季)国际茶业博览会以“秋韵聚茶魂·跨界享生活”为主题,聚焦秋季茶业市场新趋势,打造“红茶”“花茶”“新式茶饮”三大核心赛道,并融合“茶器美学”“茶文化”等多元领域,吸引全球茶叶消费国及中西部地区采购商、经销商等到场洽谈合作,助力全国各产区茶叶“出川达海”。

要想在众多茶叶中脱颖而出,“坦洋工夫”靠什么?在福安市茶叶协会会长郑明星看来,“坦洋工夫”拥有数百年历史,其“色艳香浓、鲜醇清甘”的品质与深厚的文化底蕴,在国内外茶业市场中始终占据独特地位,“此次参展,不仅是坦洋工夫品牌的一次集中亮相,更是福安积极推动茶产业标准化、创新化、绿色化发展成果的集中展示。借助茶博会这个国家级平台,我们想让更多人了解坦洋工夫的品质,也向行业传递福安茶企在技术升

级、产品创新上的努力。”

既有传承百年的传统工夫红茶,也有融合花果香的创新型“坦洋工夫”,本次展会,福安市农垦茶业、隽永天香、润木堂等11家茶业企业携特色产品集中参展,丰富的产品矩阵、过硬的茶叶品质引得国内外茶友驻足品鉴,更引得茶商主动对接洽谈。“今年我们带来了新研发的坦洋工夫罐装茶系列,这款茶采用工夫红茶新工艺制作,既保留了传统坦洋工夫的甜醇,又带有浓郁的花果香,十分符合当地消费者对‘醇

厚回甘’的需求。”福建农垦茶业有限公司副总经理俞水荣介绍,新产品倍受四川本地经销商信赖,纷纷前来商询合作事宜。

酒香也怕巷子深。展会的展出形式是助推坦洋工夫出圈的关键一笔。本届展会,福安将功夫下在“坦洋工夫”文化底蕴呈现上,来自白云山茶博物馆的珍贵历史茶具、制茶工具及系列茶文创产品出现在非遗展示单元内,这些承载着时光印记的实物,生动勾勒出坦洋工夫百年技艺的传承脉络,吸引大量观众驻足交流。“把

博物馆的老物件用新的方式展出,让它常入茶友视野,让更多人认识福安深厚的茶文化底蕴,这是文物活化利用、讲好坦洋工夫故事的重要方式。”福安市白云山茶博物馆馆长李立说。

时间往回追溯,在今年的中国(济南)第十九届国际茶产业博览会上,福安精心策划了一场“从1371到2025的时代年轮”坦洋工夫茶会:“1371晨曦初绽、1757香飘四海、1915国际荣光……”茶会以时间为轴,通过七个历史切片立体还原福安红茶“坦洋工夫”近七百年的发展历程,向来自全国各地的茶商茶友展现“坦洋工夫”里的时间密码。

走出去是为了看得更远。跳出福安发展坦洋工夫,福安善用展会搭建的平台,吸收借鉴当地茶业发展模式。本届展会期间,福安茶产业相关负责人带队前往御府茶缘茶馆、成都海峡茶城等地重点茶叶销售终端,与茶城运营商、经销商代表座谈,搜集关于“坦洋工夫”品牌建设、市场推广的意见建议。“坦洋工夫‘走出去’既要靠茶叶品质说话,也要讲好文化故事。西部是坦洋工夫的重要市场,推动茶企研究西部地区消费者口味偏好和饮茶习惯,优化产品设计,加强与当地茶城、电商平台的合作,搭建常态化产销对接渠道,让坦洋工夫不仅卖出去,更扎下根,成为连接福安与西部茶市的文化桥梁。”福安市人大常委会主任詹延平表示。

## 盘活闲置地 破解停车难

□ 陈雅芳

又是一年柿子红。走进康厝畲族乡梧溪村,一株株老柿树挂满果实,如千盏小灯笼点亮乡村。环绕村庄的一丛丛树状月季也不惧冬寒,姹紫嫣红、绚丽绽放,引得众多游客自驾前来游玩打卡。

与以往不同的是,该村停车不再“一位难求”,游客“见缝插针”导致道路拥堵的停车乱象不复存在。游客林吴昊感触颇深:“村里新规划了很多停车位,停车比之前来的时候方便多了,游玩体验感都变好了。”

今年9月,梧溪村按照《福安市乡(镇)村公共停车位建设三年行动方案》部署,全面摸排、科学规划,集约高效利用村庄的闲置地块及路边区域新建停车位。“我们盘活利用村道旁零星地块,新建停车场面积约2000平方米,增设停车位150个,有效缓解了节假日游客来梧溪村游玩时遇到停车难的问

题,不断完善村里旅游配套设施。”康厝畲族乡乡村振兴服务中心主任叶鹏翔介绍。

随着和美乡村建设持续推进,乡村旅游热度持续攀升,游客“停车难、乱停车”问题在许多乡村不同程度存在。今年,福安启动民生专项行动,将旅游特色村、集镇中心村的停车设施建设纳入重点,充分利用闲置集体土地、废弃晒谷场、道路拓宽区域等新增2700多个公共停车位,让游客不再为车位发愁,村民不再为拥堵困扰。

在溪柄镇立峰村,农旅融合催生的竹韵鹿境生态乐园,正逐步成为福安市民亲子游乐、研学团建热门目的地。今年以来,已接待游客5万多人次。为应对节假日大量车流涌入带来的停车压力,该村积极盘活闲置土地资源,通过生态化改造,建成与周边景观相得益彰

的公共停车坪。

“这块地以前杂草丛生,村民随意在这里堆放杂物,影响村容村貌。”立峰村村民马福生印象深刻,随着游乐园建起来,游客多了,村两委乘势将此处改为停车场,“路面十分整洁,车一进村就停在这里,交通不再堵塞了。”

近年来,溪柄镇依托镇域内丰富的历史和红色文化资源,以立峰村为起点、斗面村为核心、楼下村为终点,整合溪南村流米寺、榕头村郑虎臣故里等景点,打造“闽东红色一号线”精品旅游线路,通过持续举办柏柱洋红色文化旅游周、绿竹笋音乐节等特色品牌活动,持续激发文化旅游“热效应”。去年,共接待游客25万人次。

今年,溪柄镇结合文旅需求,投入30多万元引导各村对闲置集体土地以及宗祠坪、晒谷坪等进行改造利用,以“绣花功夫”让每一寸土地物尽其用,不仅有效破解停车难题,更推动乡村治理能力跃升。“目前,镇里共建成生态停车位超200个,这些车位采用透水铺装、绿化间隔,既满足停车需求,又保护了乡村生态。”溪柄镇副镇长钟国平介绍。

“剩余的200公斤茶叶,我们希望借助直播带货的形式帮村民销出去。”直播,对田风与坦洋村村民来说是一次全新尝试。设备如何用?他们寻着厂家电话,挨个咨询功能;直播流程如何设计?他们求助AI查教程、向村里有经验的年轻人请教,一步步摸索,最终把设备搭起来、把流程打通,让村里第一场直播成功上线。

从最初的忙乱到现在的从容,田风渐渐摸着了门道,3场直播的茶叶成交额近1万元,观众达2500多人次。“党的二十届四中全会提出,要提升农业综合生产能力和质量效益。直播的意义不单单是把茶叶卖出,我们更希望为村里培养一支直播队伍,打通坦洋工夫网上销路、推介坦洋工夫茶文化,提高茶叶附加值。”田风说。

坦洋村直播火热,秀峰村改造正酣。原先闲置的村会场,摇身一变成成为闽东造物项目指挥中心,内部分设数字游民公共区、闽东造物实验室等区域。

一个复合型创新空间缘何落户秀峰村?宁德闽东造物品牌运营管理有限公司负责人李志鹏有着自己的思考,秀峰村风光秀美,省道穿村而过,距福安城区仅10多分钟车程,打造近郊轻旅具有得天独厚的地域优势。“我们通过创新建筑风格、创新设计,构建一套让年轻人认同的乡村振兴样板,让秀峰村焕发新活力。”

“闽东造物‘造’什么?”罗小芳的回答是,造空间、造产品、造文化,“我们希望以一种全新的方式来表达茶,让茶的受众年轻化,以此提高茶叶效益,激发乡村振兴的产业活力,推动共同富裕”。

本报讯(缪先达)近日,上白石镇前洋村的特色农产品糯米薯迎来了最佳采收期。农户们正趁着晴好天气,忙碌地穿梭于田间,一锄一锄地挖出深藏在泥土中的“白色宝藏”,空气中弥漫着泥土的芬芳与收获的喜悦。

头戴草帽的老农正熟练地挥动着锄头,随着银锄起落,一个个体型硕大、形状不规则的糯米薯便破土而出。刚出土的糯米薯虽然外表沾满泥土,但其貌不扬的外皮下,却包裹着嫩白如玉的薯肉。将其去皮切块后,放入锅中焖十余分钟,便能释放出浓郁糯香。糯米薯不仅风味独特,还具有良好的食补价值。其富含黏液蛋白与多种膳食纤维,有助于补益脾胃、润泽肌肤,是冬日温补的天然佳品,深受老少喜爱。

“我种了一亩多糯米薯,差不多能收40担。我们都直接运到福安市区去卖,现在一斤能卖到5块钱,算下来能有将近2万元的收入。”正在劳作的农户杨铃全笑着说道。

据了解,前洋村的糯米薯种植始于1994年,村民杨生全从潭头镇棠溪村引进薯种,成为本村种植第一人。从最初的零星试种到如今形成特色产业,该品种以其优良品质逐渐赢得市场认可,种植规模持续扩大,已成为带动村民增收的重要作物。前洋村党支部书记、村民委员会主任杨胤朝介绍:“目前全村糯米薯种植规模已达50多亩,正常年景亩产稳定在二十多担、超两千斤,实实在在地鼓起了村民的‘钱袋子’。”对于未来规划,他表示将双管齐下,一方面鼓励村民稳步扩大种植面积,形成规模效应。另一方面积极对接福安市区商超,搭建产地直供渠道,打通销售“最后一公里”,让优质糯米薯更顺畅地走进千家万户。

## 特色糯米薯喜获丰收

上白石镇前洋村

(上接1版)主打的产品是‘大唐杯’活动评选出的茶叶,大家买到的都是茶农的一手价……”9月16日夜,坦洋村乡村振兴之路主题馆二楼直播室灯火通明,村里第一场直播带货于当晚7时准时开始。不到1个小时,成交4单,点赞量破万。

直播带货的茶叶来自一场评选赛。今年6月,在大坦洋片区党建联合体指导下,坦洋村举办了首届“大唐杯”春茶集中采购评选赛,村民热情高涨,报送了150个茶样、近4500公斤春茶,村里邀请专业评委从中评选出31个获奖茶样,累计700公斤。“评选出的优质茶叶由村集体公司统一收购、包装,而后由大唐公司等国企直采,实现‘产地直供+企业采购’双向赋能。”田风介绍,通过这种渠道,共销出500公斤。