

## 坦洋工夫：破茧重生

吴道镔 谢陶靖

红茶占世界茶叶市场销售量的 80% 以上，而在它的发源地福建，却不如其他茶种兴盛。

可喜的是，不甘淹没的坦洋工夫茶开始了重振百年老字号辉煌的复兴之旅，种种行动显示着“中国茶叶之乡”打造品牌红茶的决心。

“今年厂里生产的红茶供不应求，好的每斤已经卖到 1000 多元。”4 月 11 日，福安市城湖茶叶有限公司总经理黄旭明说起红茶，喜不自禁。

城湖茶叶是福安市产量最大的一家茶叶公司，在新制造的产品包装罐上，由我国当代茶界泰斗张天福题写的“坦洋工夫，驰名中外”的字眼赫然其上。

2 月 14 日，国家质检总局公布了又一批国家地理标志产品名录，坦洋工夫位列其中，这也是宁德市继古田银耳之后的第二个国家地理标志产品。

坦洋工夫的辉煌可追溯至 1915 年。当年，坦洋工夫红茶就以色艳香浓、鲜醇清甘，与贵州茅台酒同时获得巴拿马万国博览会金奖，但在上世纪 80 年代坦洋工夫逐渐没落。

如今，坦洋工夫又开始了重振百年老字号辉煌的复兴之旅。

老字号的前世今生

“复兴坦洋工夫对促进福安茶叶产业发展的意义难以估量。”林华是福安市质量技术监督局局长，也是倡议坦洋工夫申报国家地理标志产品的第一人。他激动地说：“没有知名品牌是福安茶业的软肋。号称‘中国茶叶之乡’、全国第二大茶叶主产县市，年商品总值 11.32 亿元的茶叶产业居然没有全国知名品牌，谈何竞争力？”

福安市现有茶园面积 30 万亩，全市 23 个乡镇（街道）447 个村几乎村村产茶，年产茶叶 2.43 万吨，毛茶产值 5.1 亿元，涉及 41 万茶农。

说起当地的茶叶品牌，福安人言必称“坦洋工夫”。坦洋工夫源于福安白云山麓的坦洋村，相传清咸丰、同治年间，坦洋村胡福四（又名胡进四）试制红茶成功，经广州运销西欧，很受欢迎。坦洋工夫名声由此不胫而走。随后的 50 余年，坦洋工夫红茶每年出口均达上万担。坦洋街长 1 公里，设茶行 36 家，产量 2 万余担，远销荷兰、英国、日本、东南亚等 20 余个国家和地区，每年收外汇茶银百余万元。直到抗日战争爆发，生产遭严重破坏，坦洋工夫产量锐减。

上世纪 50 年代中期，为了恢复和提高坦洋工夫红茶的产量和品质，先后建立了国营坦洋、水门红茶初制厂和福安茶厂，1960 年茶产量增加到 5 万担，创历史最高水平。后因茶类布局的变更，由“红”改“绿”，坦洋工夫尚存无几。

上个世纪 80 年代，作为省政协委员的张天福，在提案中力陈保留闽红“三大工夫”——坦洋工夫、政和工夫、白琳工夫。“英国不产红茶，可做红茶生意的立顿却成了世界级品牌。福建是世界红茶的发源地，应当把红茶发扬光大。”今年 98 岁高龄的张天福依然对红茶情有独钟。

可喜的是，福安市已经将复兴坦洋工夫的设想付诸实施。

百年名茶的复兴行动

红茶占世界茶叶市场销售量的 80% 以上，在欧洲的饮料市场更是随处可见。而在它的发源地福建，红茶却岌岌可危。2004 年，福建元泰茶业有限公司总经理魏文生慕名到福安考察坦洋工夫茶厂后，大发感慨，并萌生出重振中国红茶辉煌的想法。为此，他在福州的品牌茶叶展示中心开辟了红茶专柜。在开始的一年半时间，为推广红茶，魏文生实行免费赠饮。“我一提出坦洋工夫红茶申报国家地理标志的设想，市委市政府就十分支持。”2005 年 3 月，林华将自己的想法在福

安市茶叶生产工作会议上提出，相关部门很快投入了申报准备工作。当年 12 月 26 日，省质监局公布了坦洋工夫红茶综合标准精制加工技术规范。2006 年 2 月，福安市向国家质检总局提出申报申请。

2006 年 12 月 12 日，“坦洋工夫红茶”在北京通过地理标志产品保护专家审查会审查。2007 年 2 月 14 日，国家质检总局发布公告，批准对坦洋工夫实施地理标志产品保护。

“以茶叶加工为主食品工业，已成为福安继电机电器、船舶修造之后的第三大主导产业。”宁德市委副书记、副市长陈家东说，“福安电机”和“坦洋工夫”是福安市近期要打造的两大品牌。

种种行动显示着当地政府打造“坦洋工夫”的决心。2006 年 10 月 21 日，中华名人共建海峡西岸和谐福安暨坦洋工夫茶系列活动在北京人民大会堂启动，11 种以“坦洋工夫”为统一品牌的茶产品同时亮相京城。

其间，坦洋工夫茶被中华名人协会指定为中华名人特供茶。中国名人工委还将与福安市紧密合作，通过建立坦洋名人俱乐部、举办大型茶事活动等系列措施，共同挖掘“坦洋工夫”的文化内涵，提升其品牌形象。今年初，中华名人协会在福安坦洋成立名人茶园有限公司，专门开发红茶产品。2 月 6 日，“坦洋工夫名人会馆”在北京钓鱼台山庄开馆。

福安拥有 30 多个茶叶注册商标，但没能形成一个真正叫得响的品牌。福安市茶业协会会长陈成基认为，以“坦洋工夫”为福安茶叶的统一品牌，大力开发高档红茶、绿茶、花茶、特种茶、乌龙茶等系列产品，做好做足茶文化文章，具有战略性的意义。

谁拿到国家品牌就奖励 200 万元——福安市政府重金悬赏勇夫，当地政府争创品牌的迫切心情可见一斑。

### 3 万茶商逐鹿市场

全球茶市场的老大、联合利华旗下的立顿茶叶已经全面进军我国茶叶市场，除了传统的立顿红茶之外，还将全面进军绿茶和花茶两大市场，目前在全国 30 多个省会和重点城市全面布局。

而作为茶的发源地，因缺乏品牌，我国茶叶在国际市场上依然面临着优质低价的困扰，每公斤出口平均单价 1.31 美元，这一价格比印度茶叶低四成，比斯里兰卡茶叶低六成多，甚至比肯尼亚的茶叶价格还要低 20%。

打造世界级品牌、复兴老字号是我国茶叶面对市场竞争的不二选择。

福安市副市长陈灼生认为，作为我国第二大茶叶主产县市，福安在打造坦洋工夫品牌方面，有得天独厚的茶叶品质和已成气候的茶产业为其奠定基础。3 万多名福安茶商走南闯北，甚至远赴俄罗斯等国家经营茶叶，上海天山茶城、山西坦洋工夫茶城等一大批由福安籍茶商开设的茶市、茶庄，都表明福安茶叶具良好的销售网络。“作为全国第一批创建无公害茶叶生产示范的基地，福安市有年加工能力 200 吨以上的茶叶骨干企业 20 多家，年出口茶叶 4000 多吨，产品热销日本、韩国、东南亚、欧盟等国家和地区。面积 230 亩的中国海峡大茶都已全面动工建设，面积 150 亩的茶叶加工区前期建设正在顺利推进。”陈成基介绍着福安茶业的亮点。“复兴百年老字号坦洋工夫，是福安茶业提升竞争力、逐鹿市场的关键一步。”陈灼生说。