

## 浙江长兴侨界助力茶文化传播

## “让更多外国茶客爱上紫笋茶”

林子涵 谢婧繁

## 侨界关注

“牡丹花笑金钿动，传奏吴兴紫笋来。”这是唐代湖州刺史张文规对紫笋茶进贡景象的生动描述。

紫笋茶又名“顾渚紫笋”，在唐代曾被列为贡茶，浙江省湖州市长兴县是其主要产区。由于茶芽细嫩、色泽带紫、其形如笋，得名“紫笋”。近年来，长兴县侨界通过打造长兴茶文化交流中心、传承紫笋茶艺、推广茶文化，吸引了许多外国茶客。不少海外茶商成了紫笋茶的爱好者，也成了县里的“回头客”。



今年4月，在长兴茶文化交流中心，美国新泽西州帕特森市国际高中师生参与长兴县侨联“之江同心·共品茶韵”视频连线活动。

## 茶香吸引外国客商

凌晨1点，位于长兴县川步村的长兴茶文化交流中心刚刚熄灯。夏秋之交，正是用紫笋茶制作红茶的时节。美国侨眷、长兴县侨联副主席张文华和同事们，在交流中心忙了一整天，通过萎凋、揉捻、发酵、干燥等多道工序，把一片片翠绿的紫笋群体种青叶，制成一袋袋香气扑鼻的手工红茶。这些客户定制的手工紫笋红茶将与其他紫笋茶产品一起，销往海内外市场。

长兴茶文化交流中心是湖州市“华侨国际文化交流基地”、2022年度浙江省五星“侨胞之家”。2021年，为繁荣紫笋茶产业、带动村集体经济，当地引入长兴茶文化交流中心项目，建成了具备茶产品研发与展销、手工茶制作体验、茶艺技能培训等功能在内的多业态空间。近几年，交流中心已成为长兴县举办侨界与国际茶文化交流活动的主要地点之一。

作为湖州市紫笋茶制作技艺非物质文化遗产代表性传承人，张文华运营长兴茶文化交流中心已有3年。张文华介绍，交流中心接待了许多华侨华人与外国茶商，不少人在这里认识了长兴紫笋茶。

今年4月，紫笋茶采摘季，意大利茶商嘉木专程赶来长兴茶文化交流中心。在茶叶审评间，嘉木与评茶员一起，对茶汤进行观色、闻香、品味。经过反复对比，他决定订购7款紫笋茶产品，带回欧洲销售。

“紫笋茶这些年很受我的欧洲客户

欢迎，紫笋绿茶、紫笋茶饼等产品对爱茶的人来说很有吸引力。”嘉木说，5年前，他第一次尝到紫笋茶，醇厚、甜润的茶香一直让他念念不忘。5年来，他还带其他外国茶商到过长兴，寻觅紫笋茶香。

像嘉木一样循香而来的外国茶商还有很多。每到紫笋茶的收获季节，长兴茶文化交流中心就忙碌起来。“我们接到来自加拿大、美国、西班牙、德国和瑞士的很多订单。”张文华说，“很多外国客商会到这里实地采茶、选购，还有不少海外老茶客远程发来邮件下单。”

## 茶产业带旺美丽乡村

1200多年前，唐代茶圣陆羽曾在顾渚山游历。陆羽的著作《茶经》对紫笋茶有“阳崖阴林，紫者上，绿者次，笋者上，芽者次”“芳香甘冽，冠于他境，可荐于上”的记载。

2022年，“中国传统制茶技艺及其相关习俗”被列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录，为紫笋茶带来新的发展机遇。

据介绍，目前，长兴县有茶叶农户约9000余户。长兴县积极号召侨企侨友开发相关项目，通过发展茶产业、茶文旅等，共同打响“长兴紫笋茶”区域品牌。

这几年，张文华以“紫笋茶姐姐”的主播身份，在长兴茶文化交流中心开启了公益助农直播间。交流中心除了直接带货，还教茶农炒茶、做茶、售茶，帮扶乡村农副产品企业打开销路。围绕紫笋茶，交流中心还开

展了公益专题讲座、专业培训班等，培养专业的审评和茶艺人才。参与的学员不仅有本地茶农，还有境外的爱茶人士。“紫笋茶虽然还是一款小众茶，但我相信，小体量也能迸发出大能量。”张文华说。

几年前的一个春天，德国茶商本家明与16名欧洲合作伙伴一起在长兴县体验了一次“茶山行”。他们那趟行程的重点是了解紫笋茶的悠久历史与制作技艺，实地感受《茶经》里所写的长兴乡村。

作为中国传统文化的爱好者，本家明说，自己在德国教太极、卖茶叶，也翻译一些与茶有关的中文文章和书籍。在长兴茶文化交流中心，张文华向他们详细介绍了紫笋茶相关内容。

“长兴县是海外茶客了解中国茶文化的重要一站。在这里，我们对紫笋茶的历史文化与制作技艺以及如何欣赏、品鉴紫笋茶有了更深的认识。我计划定期组织类似的茶山行，把包括顾渚紫笋在内的中国茶故事讲给更多朋友听。”本家明说。

## 让海外朋友感受茶韵

在美国华侨华人的牵线搭桥下，更多外国面孔出现在长兴县的直播间。

“我现在选用的是紫笋茶的芽叶，注入100摄氏度的热水，大家可以通过视频镜头观察一下茶叶的展开状态……”今年4月，在长兴茶文化交流中心，长兴县侨联等单位举办了“之江同心·共品茶韵”茶文化海外视频连线活动。张文华作为美国新泽西州帕特森市国际高中师

生带来了一堂茶艺展示课。温杯、润茶、凤凰点头……绿茶冲泡手法让美国师生好奇不已。

视频连线时，一名教师喝茶时吃下了一片茶叶，有美国学生立即对此发出惊呼，张文华顺势讲解：“茶叶不仅可以泡水喝，还可以做菜，茶汤也可以用于煮米饭或炖鸡汤。”听后，美国学生围到茶台前，纷纷品尝了茶叶。

美国新泽西州帕特森市国际高中教授传统文化的洪老师说：“我们非常需要开展这样的活动，感受地道的中国茶文化。”

这次视频连线是“之江同心·共品茶韵”系列的第二场活动。2023年12月，来自佛罗里达州中文学校等6所美国学校的80多名师生一起参加了首场视频连线。活动中，师生们在线观看长兴茶文化视频，并透过镜头，学习了备茶、炙茶、碾茶、磨茶、罗茶、品茶等宋代点茶艺术。

依托侨界资源，张文华与日本、瑞士、德国、加拿大等国的文化机构取得联系并签订合作协议，定期举办紫笋茶主题文化交流活动。此外，她还连续多年为英国皇家茶叶店制备紫笋茶样。

2023年5月，韩国首尔中国文化中心举办“茶和天下·雅集”活动之“茶韵传·围炉谈茶”活动。张文华为中韩嘉宾做了“紫笋茶的前世今生”茶文化讲座并现场展示了唐代煎茶。

“中国茶文化在国际上的影响力越来越大。我们将继续积极打造紫笋茶品牌形象，为茶文化的国际交流出一份力，让更多外国茶客爱上紫笋茶。”张文华说。

“不少海外归来的乡亲，尤其是梅家大院原住户及其后人，总爱来大院走走看看，感受一番家乡的味道。”从小居住在梅家大院的伍振平说。

梅家大院位于广东台山端芬镇大同河畔，曾是远近闻名的侨圩（又称“侨墟”），因其独特的“侨”味和中西合璧的建筑风格，如今成为游客的热门打卡地。

“在这里住了几十年，对梅家大院特别有感情，舍不得离开。”如今已年逾古稀的伍振平感慨道。他拿出梅家大院筹建时的“股份簿”介绍：“我的爷爷是德国归侨，父亲作为股东曾参与梅家大院的筹建。”这份珍藏了数十年的小册子，书页早已泛黄。

93年前，留日归来的华侨梅炳然、梅建行在家乡筹建汀江圩。大院占地面积80亩，108幢二至三层带骑楼的楼房，呈长方形排列，鳞次栉比。集股建圩的104股中，因梅姓股东占一半以上，汀江圩后来又被称作“梅家大院”。

“他们见多识广，请了香港设计师设计，水泥是从英国进口的‘红毛泥’，所有房子都是统一的框架结构，这在当时非常超前。”伍振平说，梅家大院始建之初，业主纷纷将各自旅居国的风情融入岭南传统建筑中。

“双金钱雕塑，说明业主是白手起家的生意人；有风车雕塑那间，代表业主从荷兰回来；雕塑是一个戴着王冠的人，好似扑克牌中的国王，这是仿照法国凡尔赛宫上的神像，意味着业主是法国侨胞；有龙船花雕塑的，业主来自缅甸……”伍振平指着一间间房屋屋顶上的雕塑介绍道。

据了解，台山侨圩现存近90处，以梅家大院最为知名。与碉楼一样，它们是海外游子“叶落归根”回乡建造的典型建筑。当年，海外台山人曾掀起一股回乡建设潮。“喜鹊喜，贺新年，阿爸金山去赚钱，赚得金银千万两，返来起屋兼买田。”这首当年在五邑地区流传的童谣《金喜鹊》，反映的正是侨眷对远方亲人的思念和期盼。

当年，侨圩不仅是传统的地方集市，也因其地理位置及业主与海外的联系，成为对外贸易的中心点与集散地。伍振平说，沿着大同河往东南10公里就到了南海。20世纪三四十年代，汀江圩商贸活动盛极一时，圩内开满了杂货店、银号、饭馆等商铺。手表、单车、缝纫机等稀缺货物通过水路从海外引进，从广州、佛山、江门来进货的商贩络绎不绝，本地特产也从此地大量输往海外。

“台山侨圩数量之多、类型之广、建筑之美、保护之完好，为全国所罕见。它值得海内外台山人自豪。”已故五邑华侨史研究的开创者和奠基人梅伟强在其著作《梅家大院史话》中写道。

世易时移，梅家大院曾一度归于沉寂，原业主多数移居海外，只剩5户留守。

近年来，因《让子弹飞》《狂飙》等热播影视作品在此取景，梅家大院受到外界越来越多的关注。台山华侨先民“下南洋”“闯金山”筚路蓝缕的故事及念祖爱乡的品格也被更多人知晓。

如今，梅家大院的旅游潜力不断释放。“游客增加了好几倍。店里的生意也越来越红火，我的房东在美国经常在抖音上刷到自己家，非常开心！”一名在梅家大院经营土特产的租户说。

“每到暑期，常有学生或旅游团体前来参观。”伍振平说，梅家大院建筑群也吸引了一些来自香港的土木工程系大学生，他们每年都会来此研学一星期左右。

“下一步，我们将以梅家大院为中心，把大同河及附近的广府人出海纪念碑——海口埠串联起来，打造一个集旅游观光、文化交流为一体的华侨旅游和文化交流胜地。”据端芬镇政府副镇长巫剑平介绍，去年政府按照“修旧如旧”的原则，对梅家大院进行了全面整修，增加了旅游和文化配套设施。

3年前，伍振平建微信群，把散布在世界各地的梅家大院原业主或其后人聚集到一起。“我经常向他们报告大院和家乡的近况，大家互动很热烈。”伍振平说，希望将祖辈建立起来的邻里感情延续下去。

（来源：中国侨网）

## 在梅家大院探寻台山侨圩今昔

郭军

## 从农场到市场：

## 元江芒果产业背后的“侨力量”

徐文欣 陈美羽

在云南省玉溪市，一座名为元江的小城以芒果闻名。这座小城与“侨”有着不解之缘，这种缘分将小城与芒果种植产业紧密联系在一起。日前，元江县侨联主席刘国忠讲述了“侨力量”如何助力芒果产业发展。

刘国忠是归侨后裔，1978年，他的母亲从越南来到元江，在甘庄华侨农场结识了他的父亲。后来，刘国忠在农场出生。

“20世纪80年代、90年代，元江的支柱产业是甘蔗制糖业。”刘国忠说，2000年后，农场进行农业产业结构调整，引进香蕉、青枣，增加芒果种植面积，种植格局开始从水稻、甘蔗调整为经济林果。

此后，元江芒果种植业不断发展。“初期，元江县种植的只有本地芒果（芒木），小小的、果肉少、果核大。华侨农场成立后，归侨把东南亚地区的优良品种引入元江，芒果在元江县实现规模种植，不断发展壮大。”刘国忠说。

刘国忠介绍，元江地处干热河谷气候地带，全年日照时间长，种出的水果香甜汁多，味道纯正。近几年，通过发展电商，加上政府的重视，芒果逐步得到市场及消费者认可。如今，元江芒果已在全国具有一定影响力，远销全国各地。

2000年左右，芒果种植成为元江的支柱产业，逐渐取代了甘蔗制糖业。“侨界专业人士为当地芒果产业作出不小贡献。在产业管理方面，元江县内组建了很管理技术团队；在产业发展方面，芒果的嫁接、销售甚至开

拓电商渠道等，都离不开侨。”刘国忠说。

产业发展初期，不少种植户由于老品种的芒果行情不好而一直没有获得高种植效益，越南归侨梁定花主动引导农户改良品种，免费提供嫁接技术服务，自己组建一支农业技术服务团队，为元江县及周边地区果农做好服务。她始终秉承“带头致富，带领大家共同致富”的理念。在自家种植面积不断扩大的同时，毫无保留，手把手教给村民技术。

有多年创业经验的越南侨眷张星龙深知传统农业模式已经难以满足现代市场的需求，他积极引进先进的农业技术和设备，改善种植条件和管理模式。他还与农科院、农大等科研机构和企业合作，开展芒果品种的改良和深加工研究，不断推出新品种和新品，满足市场多样化的需求。

为从激烈的市场竞争中脱颖而出，张星龙将元江特色与芒果产业相融合。他将“侨”元素融入产品的外包装，打造元江农产品的品牌形象。通过线上线下相结合的方式，他成功地让家乡的芒果销往全国各地。现在，他还建立了合作社和电商公司，帮助周边农户解决销售难题，实现了资源共享和互利共赢。

刘国忠表示：“加强新生代侨眷与家乡的联系以及对家乡经济社会发展的关注，鼓励他们回乡创业，为地方经济社会发展作出贡献，以推动元江县的各个产业持续发展，是我们工作和为侨服务的重点。”（来源：中国侨网）



## 抢收生态稻

## 侨乡新貌

近日，福建省福清市东张水库水源保护区内的无施肥试验田里，100多亩生态水稻进入收割期，农民抢抓农时和晴好天气，驾驶机械化收割机开展水稻收获工作，确保粮食颗粒归仓。

因为在无施肥试验田里，农户驾驶机械化收割机开展水稻收获工作。

谢贵明摄（人民视觉）