

“祭茶”牵动茶与文化、旅游的千年之“恋”

南岳谋篇用“文化与旅游”引领茶产业的转型升级

■文/本报记者 王靖

南岳为什么要多年持之以恒举办“中华茶祖节·南岳祭茶大典”?为什么要锲而不舍地把这一古老民俗活动申报湖南乃至国家级非物质文化遗产?

很多人曾怀有相同的疑问,但随着“中华茶祖节·南岳祭茶大典”影响力的日益扩大,质疑之声不断转为支持之力。

事实上,以“祭茶大典”为载体,南岳正不断挖掘并提升南岳茶的品牌价值,扩大其知名度和影响力,牵动茶与文化、旅游的千年之“恋”。



“仙女”下凡 罗盟 摄

意在提升南岳茶的品牌价值

茶是需要文化作为支撑的,因为没有文化,茶就是一片叶子。

南岳茶背后有系列独一无二的“金字招牌”,比如,南岳是中华五岳中唯一产茶的岳”,因此,南岳茶是中国唯一的“岳茶”,自唐以来就被列为贡品;陆羽《茶经》四次提到南岳茶;南岳茶是名副其实的“寿茶”等等。

众所周知,品牌价值的认知是需要载体的,用什么样的载体,把南岳茶背后的“金字招牌”告知天下呢?

南岳茶人想到了“祭茶大典”。

南岳衡山是中国南方的祭祀中心,而南岳祭茶又是南岳祭祀文化的重要组成部分,据考证,南岳祭茶大典记载源于唐天宝年间,此后上千年中,南岳百姓一直沿袭了采茶祭祀的古老风俗。但由于南岳在中国历史的特殊地位,以及历代官

府的介入,使得这一祭祀活动逐渐融合和官方祭祀、各地参祭等内容,发展成为中国重要的农事祭典活动。

“很多茶区可能也有春茶祭祀活动,但他们没有南岳衡山这样一个在全国有影响力的祭祀平台,所以难有大的影响力,”南岳茶文化研究会会长胡寅说,“南岳祭茶大典依托南岳衡山这个中国南方的祭祀中心,是独有的优势,如果策划宣传得好,在全国形成影响力是完全有可能的。”

因此,从 2007 年开始,南岳茶文化研究会发起、恢复并组织举办了春茶祭典系列活动,至今已经成功举办十届,并积极申报省级非物质文化遗产。

“南岳祭茶大典如果能打造成为全国最具影响力的祭茶活动,南岳茶的品牌价值自然水涨船高。”省茶业协会荣誉会长曹文成说。

“祭茶”促进“茶 + 文化 + 旅游”

八百里南岳一杯好茶——这个概念的提出,丰富了南岳茶的品牌外延。

市茶业协会会长单文周介绍,“八百里南岳”蕴含两层含义:南岳文化八百里,前溯茶祖神农,后有儒释道共荣;南岳地域八百里,七十二峰跨长潭衡三地。因此,南岳茶并非仅指产自南岳本地的茶,南岳七十二峰范围内所产的

茶,都可称为南岳茶。

在 4 月 23 日召开的“中华茶祖节·南岳祭茶大典”上,副市长陈竞在致辞中表示,衡阳将通过这一活动,弘扬茶祖文化,振兴衡茶产业,共享“八百里南岳一杯好茶”。这既肯定了南岳通过“祭茶大典”促进茶与文化、旅游结合的思路,也肯定了“八百里南岳一杯好茶”的提法。

正在这个概念的影响下,“南岳祭茶大典”跳出了



庄严的祭茶现场



古风扑面



八百里南岳一杯好茶 黄沐 摄



越来越多的茶企加入祭茶行列

单祭南岳本地茶的局限,逐步吸引了全省范围的知名茶企参与,而茶企的广泛参与,反过来又提升了祭茶大典的影响力。

“以这次祭茶大典为例,湖南十大知名茶企全部送来新茶参与祭祀,这是南岳祭茶大典影响力提升的最好证明。”市农委主任汪维说。

细心人士注意到,4 月 10 日,南岳曾隆重召开“南岳茶文化产业论坛”,探讨南岳茶产业如何走“茶+文化+旅游”的转型之路,“茶与祭祀”是其中一个重要的探讨话题。

祭茶与文化的结合很明显,但祭茶与旅游能够融合吗?

答案是肯定的,因为依照古法,祭茶前要“开山”,即要在茶园经过献果、敬献三牲、宣读祭文、礼拜茶神、酒祭山神等仪式后方可采摘茶鲜叶,过程具有参与性;新茶经过交接后捧到大庙正殿前坪,按照“醒狮点睛”、“开坛献爵”、“宣读祭文”等议程进行庄严祭祀,过程具有观赏性。

“‘开山’和‘祭茶大典’可分别开发成为茶文化体验游。”胡寅说,“如果祭茶大典形成了足够影响力,甚至可以通过网络,把参与祭祀的新茶在全国范围竞拍,吸引全国茶友的关注。”

南岳茶产业正发力转型

南岳茶产业的转型是一盘“大棋”。

如何下好这盘“棋”?南岳区委区政府高度重视,并有了清晰思路。

这一点,可以从 2016 年南岳区委经济工作会议及区两会的区政府工作报告看出端倪。

在此次经济工作会议的“坚持城乡统筹”版块中,提出“大力发展茶文化产业。制订出台加快南岳云雾茶产业发展的实施意见,大力扶持茶叶产业发展,进一步提升南岳茶产业品牌,做大做强南岳云雾茶产业;传承和弘扬茶文化,组织举办‘中华茶祖节·南岳祭茶大典活动’,着力打造观光休闲体验示范茶园,争取将特色茶文化打造成为南岳旅游的新名片”。

在 2016 年南岳区政府工作报告的“坚持发展特色农业”版块中,提出“突出推动茶叶发展,切实强化‘南岳抓农业就要发展茶叶产业、茶叶产业是南岳农业的战略支柱和核心’的理念,发挥南岳茶业协会作用,统一推广使用‘南

岳云雾’品牌,争创中国驰名商标和中国名牌产品。统筹谋划旅游营销和茶叶促销,将茶事活动纳入旅游组织,举办南岳祭茶大典,科学规划建设茶叶一条街;加强生产、加工、流通等环节监管,促进茶叶产业健康发展”。

从以上文字可以看出,用“文化+旅游”引领南岳茶产业的转型已成为共识。

胡寅认为,南岳提出的“全域旅游”战略,客观上也将助推茶产业的发展,因为全域旅游,有利于吸引更多游客通过各种观光体验活动,参与到茶的采摘、制作及销售的过程中来。

“茶是南岳旅游推介中最有代表性的地方标志特产,而且方便携带,只要能与文化及旅游无缝结合,发展前景将是巨大的。”胡寅说。

“南岳茶的发展,不仅是南岳茶工作者的历史使命,也是南岳区委区政府打造旅游转型升级的历史选择,”单文周说,“如果南岳景区茶文化体验线路游人如织,南岳街头店铺卖茶叶的超过卖香火的,那么,这篇文章也就做成功了。”