

Exploring Potential Development of Tea Cultural Resources of Hangzhou

Hayama Kikue¹, Xuede Zhao²

¹School of Humanities and International Education, Zhejiang University of Science and Technology, Hangzhou Zhejiang

²School of Foreign Languages, Zhejiang University of Science and Technology, Hangzhou Zhejiang
Email: dezensh@163.com

Received: Oct. 11th, 2019; accepted: Oct. 28th, 2019; published: Nov. 5th, 2019

Abstract

Through literature analysis and field survey, the paper shed light on the status quo of tea cultural resources of Hangzhou from five aspects: West Lake Longjing tea, sightseeing sites, experiencing facilities, tea drinking facilities and tea cultural activities. Accordingly, the paper explored potential development of tea cultural resources of Hangzhou by raising three proposals: improving publicity strategy, ushering new form of communication, and integrating Chinese international education so as to upgrade development depth and breadth of tea cultural resources of Hangzhou and impart the splendid and profound Chinese culture to more people.

Keywords

Tea Cultural Resources of Hangzhou, Publicity Strategy, New Form of Communication, Chinese International Education

杭州茶文化资源发展空间可能性的探索

叶山起久枝¹, 赵学德²

¹浙江科技学院人文与国际教育学院, 浙江 杭州

²浙江科技学院外国语学院, 浙江 杭州
Email: dezensh@163.com

收稿日期: 2019年10月11日; 录用日期: 2019年10月28日; 发布日期: 2019年11月5日

摘要

本文通过文献分析与实地调研, 从西湖龙井、观光地点、体验设施、饮茶设施和茶文化活动五个方面深

入了解杭州茶文化资源的现状,在此基础上探索杭州茶文化资源发展空间的可能性,对此提出三方面的建议:改进宣传策略;拓展新形式传播;融合汉语国际教育,以提升杭州茶文化资源发展的深度和广度,给更多人群传递其包含的辉煌灿烂和博大精深的中国文化。

关键词

杭州茶文化资源, 宣传策略, 新形式传播, 汉语国际教育

Copyright © 2019 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

虞荣仁[1]指出“西湖这张杭州的‘金名片’,是静态的,不能搬到世界各地去展示;而茶这张‘金名片’则是动态的,可以走出国门,走向世界,作为杭州文化的一个载体,让世界人民感受和分享。”杭州是中国著名的茶叶产地,但是从一个外国人的视角看,杭州茶文化资源目前还没有充分发挥其实力。

笔者是一位日本留学生,来杭州已经有六年了,现在对杭州龙井茶如数家珍。但来杭州之前,虽然在日本学了几年中文,当时却对杭州龙井茶一无所知。陈力阳[2]接受采访时回答说:“杭州茶叶中最有名的西湖龙井,在中国谁都知道的名茶,却在日本很少看到,其卖场跟中国普洱茶、斯里兰卡红茶等其他进口茶叶比起来少很多”。笔者也在日本卖场几乎没见过龙井茶,对一般的日本人来说中国茶大多指乌龙茶或普洱茶。

杭州茶习俗历史悠久,杭州人经常喝茶,生活中的杭州茶文化多姿多彩,伴有相当发达的茶叶种植与茶艺茶道。但对于国外来杭州旅行的人来说,他们大多没有足够的时间去接触杭州的茶文化就回国了,这意味着杭州重要的旅游观光资源“茶文化”没法发挥其实力。从这些情况来看,笔者认为杭州茶文化资源仍有很大的上升空间。本文通过文献分析与实地调研了解杭州茶文化资源的现状,在此基础上探索杭州茶文化资源的发展空间,对此提出若干建设性意见。

2. 杭州茶文化资源简介

杭州茶文化伴随着杭州城市的发展,其历史悠久,种类丰富。本文将杭州茶文化资源主要分成以下五类:西湖龙井、观光地点、体验设施、饮茶设施和茶文化活动,并对此进行简介。

2.1. 西湖龙井

杭州名茶有西湖龙井、径山茶等茶,其中最著名的是西湖龙井,因此本文以西湖龙井为主要对象作简介。杭州的西湖龙井是唯一载入世界文化遗产的茶叶,据浙大CARD农业品牌研究中心评估,“西湖龙井”品牌价值在全国113个知名茶叶区域公用品牌中位列第一[1]。西湖龙井茶特征在于茶叶形状及色泽之美、滋味及香气之优,即全面的优质。最近有些研究证明了西湖龙井茶对健康的积极作用。据阙斐、冯文婕[3]的研究,西湖龙井具有明显的抗氧化活性。西湖龙井具有增加人体免疫力、增强新陈代谢功能、降低患癌症概率、强化淋巴组织等功能。西湖龙井茶的难点在于保管,即跟乌龙茶、普洱茶等在海外更普遍的茶叶比起来较难保管,西湖龙井保管需要一定的温度管理,保持最佳状态最长也一年为限。

2.2. 观光地点

杭州茶文化的观光地点中,最重要的是中国茶叶博物馆。中国茶叶博物馆位于杭州市龙井路,是一

个著名的茶文化观光地点, 也是一个中国茶知识传播和普及的最佳场所。游客在此可以轻松愉快地学习中国茶知识, 领略到琳琅满目的茶具, 亲身参与各种体验设施, 全方位地接触中国茶文化。

除了中国茶叶博物馆之外, 还有径山、乾隆御茶 18 棵、苏东坡“老龙井”匾额等观光地点。径山位于余杭区径山镇, 是茶禅文化中心地, 也是“日本茶道之源”地, 而且, 也是茶圣陆羽书撰《茶经》的地方之一。径山保存古松、古柏、古银杏, 还有陆羽泉、萱山桥、东坡洗砚池等古迹。乾隆御茶 18 棵是清乾隆皇帝指定的 18 棵“御茶”茶树。“老龙井”匾额在狮峰山的岩石上, 是苏东坡在龙井狮峰山脚下的寿圣寺品茗吟诗时手书的匾额。

2.3. 体验设施

体验设施的规模和内容五花八门, 大致上按体验内容可以分为制茶体验和茶艺体验两种设施。制茶体验, 主要包括采茶与杀青、揉捻等加热过程。笔者体验的“周末风”茶文化体验中心, 采茶到茶叶制作共有一个小时的时间, 当天自己采的茶弄成茶叶之后可以带回去。另一种是以茶艺表演为主的体验。笔者体验的是位于外桐坞村的“山秋茶舍”, 这里提供茶艺表演、与茶艺师的交流、与各种茶具接触的机会等。游客可以了解西湖龙井的识茶、品茶、泡茶的基本知识, 欣赏茶艺, 接触杭州茶文化的精华, 还可以体验书画等其它中华文化。

2.4. 饮茶设施

杭州的饮茶设施可以用两个“多”来形容, 就是数量多、种类多。数量方面可以用“大众点评”来确认, 即用这手机软件搜索杭州的茶馆, 可以找到 1598 条结果, 其数量远远高于浙江省的其他城市, 如绍兴 473 和嘉兴 616。

关于杭州的饮茶设施的种类, 虞荣仁[1]总结说“泡茶馆, 是杭州不可缺少的休闲文化。杭州的茶楼形式多样, 不拘一格, 有茶食自助的, 有适合品清茶的, 有感受禅味的, 有感受曲艺的, 有学茶研茶的, 还有公园里的一元早茶等, 但是共同的特点是杭州的茶馆都有优雅的环境, 专业的茶艺师, 都给人以休闲的享受。”笔者刚来杭州生活的时候有过疑问, 就是中国人经常喝茶, 人们手上都有便携茶杯, 老师讲课、司机开车都边喝茶边工作, 人人都常喝茶, 为何还要有那么多的茶馆茶楼呢? 当时笔者同事回答这个问题说: “虽然都是茶, 但是不同场面的茶赋予不同的意义, 比方说我们日常生活中的茶是保养的, 我们去茶馆是想要放松、修身养性、品味人生、感悟人生等精神需求的, 其目的不一样, 而且在茶楼品茶是我们杭州人最喜欢的休闲方式。所以我们要有那么多的茶馆茶楼。”从中可以了解, 杭州有各种饮茶设施, 大部分叫作茶馆或茶楼, 主要以品茶、修心、放松、观光为目的, 有简单的也有高贵的, 都给人以休闲的享受, 因此人们在不同的场合可以在不同的饮茶设施品不同的清茶、享受不同的舒适时光。

2.5. 茶文化活动

杭州的茶文化活动, 可以分为两种: 推进活动与教育活动。推进活动一般是公开大型活动, 最典型的是“全民饮茶日”, 每年一次, 是全国各地同时开展的活动。杭州 2019 年的活动, 4 月展开了全民饮茶日暨第八届万人品茶大会活动。本次活动以“每天一杯茶, 健康进万家”为主题, 政府、学会、大学协助主办。本次活动向参观人群提供了杭州名茶的品鉴和免费赠饮, 还有产品展示、茶叶炒制体验等活动, 进行了综合性茶文化体验与促进、教育活动。教育活动是指为教育茶和茶文化展开的活动。关于教育活动, 陆德彪、刁学刚[4]介绍道, 2018 年 11 月杭州市学校茶文化与健康联盟成立, 在成立大会上会长指出“联盟成立后将整合各方资源, 开展丰富多样的活动, 促进茶文化与健康研究、教学和学术信息交流, 不断开创‘茶文化进校园’工作的新局面”, 杭州市人民职校“风雅茶艺社”的学生带来了茶艺

表演, 展示了学校“茶文化进课堂”的示范课。从中可以了解, 杭州的茶文化教育活动是政府、学校、学生共同促进的多层活动。

3. 促进杭州茶文化资源发展的建议

从以上杭州茶文化的现状和杭州茶文化资源的情况来看, 笔者认为杭州茶文化还有很大的发展空间, 以杭州茶文化资源发展为目标提出以下建议。

3.1. 改进宣传策略

本文在引言里已指出, 杭州虽然有中国国内名声遐迩的西湖龙井, 但在日本“名不副实”, 知之者不太多。本文为了提高龙井茶的知名度, 提出改进宣传策略的建议。

现在, 在中国国内西湖龙井茶的宣传特点在其味道、外观上, 虽然这些都是西湖龙井的优点, 但这些特点都迎合中国国内消费者的需求。而从日本消费者的视角来看, 还有什么特点呢?

现代人越来越注重健康, 对健康的关注度与日俱增。因此, 在日本国内有特定健康功能的食品很受欢迎, 例如日本政府施行“特定保健用食品”制度, 是日本政府消费者厅经过审核对有一定健康效果的食品发行的认可, 获得认可的食品可以在商品上标识“特定保健用食品”, 消费者也依此放心选购食品。从这个事实来看, 本文认为, 西湖龙井具有明显的健康功能, 是在海外售卖的一大优势。

其实, 日本茶和茶类饮料具有的健康功能是比较普遍的常识, 在此方面已有静冈县立大学茶学综合研究中心中村顺行[4]等相关研究, 所以日本国内售卖的属于“特定保健用食品”的茶类饮料很多。但这些产品的宣传特点大部分只停留在其健康功能上, 而涉及到其味道特点的较少。从这个角度来看, 西湖龙井既有健康功能又有味道上的特点, 这是一个很大的宣传优势。因此, 本文认为在海外售卖时西湖龙井茶可以更注重其健康与美味功能双全的特点。

3.2. 拓展新形式传播

目前杭州已有相当丰富的茶文化资源, 包括观光地点、体验设施和饮茶设施。但从国外游客的视角来看, 这些设施都有一个共同的缺点, 就是每一个观光地点或每一项设施都要花费一定的时间。例如, 笔者经历的制茶体验一共要有 2 至 3 小时、茶艺体验至少要有 1 小时。各种饮茶设施是以休闲放松为目的而不太适合短时间的体验。而从国外游客的视角来看, 他们逗留杭州的时间有限, 想有效地利用时间尽量多看、多了解和多接触。而现行的体验设施和饮茶设施虽然饶有趣味但很难选择, 因此, 笔者建议这些体验性设施和饮茶设施可以考虑国外游客作为潜在客户群, 考虑一些适合他们的茶资源展示方式。为了解决这国外游客的不便, 并提高观光的便捷性从而吸引更多的游客, 本文建议杭州饮茶设施可以借鉴日本静冈茶文化推动策略模式, 推广新形式的饮茶设施。

日本静冈县是日本国内著名的茶叶产地, 2017 年静冈的茶叶产量占全国产量的 39% [5]。因此, 静冈县也跟杭州一样有丰富多样的茶文化, 日常生活中人们的饮茶率相当高。在静冈县, 人们喝茶最多的场所, 是家里、公司或车间里, 其次是提供餐后茶的餐厅里。这几年涌现了另一种饮茶设施, 是“茶 cafe”。茶 cafe, 是茶馆与咖啡馆的结合体, 主要提供的是茶, 但是其提供的方式跟咖啡馆的方式很相似。客人点茶, 服务员端上一杯茶, 客人喝完就走, 非常单纯的饮茶形式。但静冈的这些茶 cafe 越来越多, 光顾的客人越来越多, 是因为人们把它视为咖啡馆的替代品, 而且更利于健康。这种茶 cafe 虽然其休闲舒适度不如杭州茶馆, 但从品茶的功能来看, 更快更简, 所以对想喝茶却没有时间去茶楼茶馆的人群来说, 这种茶 cafe 有相当高的利用价值。因此本文建议为了提高国外游客的杭州茶文化接触度, 借鉴日本静冈茶 cafe 模式推广新形式的饮茶设施。

3.3. 融合汉语国际教育

本部分考察对汉语学习者的茶文化传播。关于文化传播对语言教学的重要性, 陈光磊[6]早已指出“语言与文化是共生的、互依的, 两者息息相关: 语言不但是文化的重要而突出的组成部分, 而且又是文化的一种表现形式; 同时, 它还是文化的产物。”学习目的语言中的文化知识既能帮助学习者正确掌握目的语, 又能缓解学习者母语文化对汉语学习的负迁移, 所以许多老师关注教学过程中的文化传播的重要性。

目前, 汉语教学过程中文化传播的主要途径是由教材传授知识。当然茶文化的传播也以文字上的理解为主, 但其内容中较多的部分无法用文字来完全表现, 如西湖龙井的味道与形色, 茶艺表演的精髓与内涵, 这些都属于只能通过体验来得到真正理解的文化。因此本文建议茶文化与汉语国际教育的进一步融合, 给汉语学习者提供亲身体验的机会, 进一步传播茶文化知识。

现在, 部分海外孔子学院已经尝试体验性茶文化的传播。谷津阳子、李柏令[7]介绍了日本工学院大学孔子学院的案例。此论文指出“该院除了汉语教育之外, 还以‘体验整个中国’为理念, 加强中国文化教育和中日文化的交流。”体验性教学法有两方面的好处, 一是在国际汉语教学上的优点, 即体验性教学给学习者提供整体性理解的机会, 因此学习者可以通过体验性教学得到根本性理解。文字知识虽然重要, 但很难提供根本性理解。该论文指出“体验整个中国”的理念十分贴切。二是在茶文化发展与传播上的优点。汉语学习者是茶文化发展的对象人群之一。汉语学习者和其它人群的最大差别是, 他们本来就对中国文化抱有浓厚的兴趣, 因此, 对汉语学习者的茶文化传播可以进一步深化。而且, 来杭州的留学生人数不少, 杭州高校的对外汉语课程相当丰富, 因此本文建议, 在杭对外汉语课程采用体验性教学方式推广杭州茶文化的传播, 提升杭州茶文化资源发展的深度和广度。

4. 结束语

中国的茶文化是当代中国的重点文化之一, 也是传统文化之一。特别是在杭州, 其历史悠久, 杭州茶文化内涵丰富。所以杭州的茶文化除了美味有趣的各种载体之外, 还承载重大文化上的意义。期望杭州茶文化资源通过此发展促进当代中国文化的传播, 给更多人群传递其包含的辉煌灿烂和博大精深的中国文化。

参考文献

- [1] 虞荣仁. 传承杭州历史文脉中的茶文化[N]. 杭州日报, 2013-04-22.
- [2] 陈力阳. 让中国的茶叶再度风靡世界[J]. 商业文化, 2015(17): 32-33.
- [3] 阙斐, 冯文婕. 5种浙江名茶的抗氧化活性比较[J]. 江苏农业科学, 2012(5): 267-269.
- [4] 陆德彪, 刁学刚. 浙江茶情(4) [J]. 茶叶, 2018, 44(4): 238-240.
- [5] 中村顺行. 静岡県の茶産業と文化[R]. <http://dfns.u-shizuoka-ken.ac.jp/labs/tsc/research.html>, 2018-08.
- [6] 陈光磊. 语言教学中的文化导入[J]. 语言教学与研究, 1992(3): 19-30.
- [7] 谷津阳子, 李柏令. 中国茶艺在日本推广现状及前景的实证调查研究[J]. 农业考古, 2015(2): 83-87.