

陆羽与信阳毛尖的故事

茶 界 人 物

朱自振

朱自振,笔名史念书、史正、史茶,1934年旧历十二月生于江苏省武进县即今武进市三井乡长沟村。茶史专家。长期从事茶史研究,论证巴蜀是我国茗饮文化的摇篮,为发掘和整理我国茶史文献,推进茶文化研究作出重要贡献。

吴振铎

吴振铎,1918年-2000年,中国台湾茶叶大师,农学家,教授,别号英,福建省福安人。曾先后考察日本、韩国、印尼、德国、荷兰、英国、法国、意大利、比利时、丹麦、瑞典、美国及新加坡等国,并多次参加国际茶叶学术会议,毕生致力于茶树育种,茶园机械,茶叶制法及评鉴之研究,先后育成15个茶树新品种,其中尤以适制乌龙茶包种茶之台茶12号金萱及台茶13号翠玉最为人所称道,发表学术论文100余篇,一贯倡导饮茶风气,弘扬茶文化,被誉为当代茶业大师。曾获“中华农学会”农业学术奖,及第一届最高科学荣誉奖。

方翰周

方翰周,1902~1966年,又名藩,歙县罗田村人。1920年安徽省第一茶务讲习所毕业。曾任北京中国茶业公司任茶叶产销处处长、农产品采购部茶叶局技术室主任、商业部茶叶局处长、中国茶叶土产进出口总公司总技师等职。方翰周长期担任茶叶加工技术领导工作,主持制订“各类茶叶的毛茶收购样,价,品质系数”,“各类茶的精制成品茶标准样,花色等级,品质系数”,“国营初、精制茶厂建设设计方案”,“红,绿,花,乌龙等类茶的精制技术规程和“精制茶厂管理8项制度”,为茶叶品质标准化和科学管理奠定了基础。方翰周曾主编《江西茶讯》和组织编写了《红茶绿茶初制机械》、《制茶先进经验汇编》等。

(据中文茶网)



已。

《尔雅》中一,是茶的分类,特指味道比较苦的荼,是感官滋味层面上的直接体验,那个时候的国人观念,草木是一体,而不是今日植物学意义上的乔灌木之谓。《诗经》上说,“有女如荼”,说的是颜色层面。当时,人并不日常饮茶,除非真的生病。

陆羽自己所列的其他几个字“■(shè)”、“茗”、“■(chuán)”也只是对荼的进一步分类,赋予时令上的区别。也就是说,在茶时代,荼只是一种可用的药草而已,这点不会因为它在不用地方与不同季节的称呼而改变。

而“茶”不一样。《茶经》开篇就把茶作为主体,陆羽用史家为人作传的口吻描述道:“茶者,南方之嘉木也。”自此开始了对茶的

全面拟人化定义,陆羽以不容置疑的语气对荼作了评判辞,涉及到荼的出生地(血统)、形状(容颜)、称谓(姓名)、生长环境(成长教育)、习性(性格、品质)等方面,而荼与人关系,就像荼自身因为生长环境有所区别一样,需要区别看待。

陆羽说:“精行俭德之人,若热渴、凝闷、脑疼、目涩、四肢烦、百节不舒,聊四五啜,与醍醐、甘露抗衡也。采不时,造不精,荼以弃,饮之成疾。茶为累也,亦犹人参。上者生上党,中者生百济,新罗,下者生高丽。有生泽州、易州、幽州、檀州者,为药无效,况非此者!设服荼■使六疾不瘳。知人参为累,则荼累尽矣。”荼不久从自身的药物属性中脱离出来,也从其他类植物中脱离出来。一旦

喝了茶,醍醐、甘露之类的上古绝妙饮品都要做出让步,成为附庸。

要喝到好茶,就要花足够的心思,荼的时令,造法一旦有所误差,喝起来不仅不能提升人的精神,反而会喝出病来,受其累其害,最终失茶。对荼的追求不能南辕北辙,因为荼,需要人赋予它新的生命与价值,为此,人也要有足够虔诚的态度。

荼的秘密被写进了三卷十节,不过7000字的《茶经》里,陆羽秉承神农衣钵,凡荼都亲历其境,“亲揖而比”、“亲炙啜饮”、“嚼味嗅香”,尽显虔诚姿态,此后,华夏人的喝茶便定格在陆羽的论述里。

在《茶经》后面的几节里,荼之具,谈采荼制荼的用具,如采荼篮、蒸荼灶、焙荼棚等;荼之造,论述荼的种类和采制方法;荼之器,叙述煮荼、饮荼的器皿,即造茶具二十四事,如风炉、茶釜、纸囊、木碾、茶碗等。荼之煮,讲烹荼的方法和各地水质的品第;荼之饮,讲饮荼的风俗,即陈述唐代以前的饮茶历史;荼之事,叙述古今有关荼的故事、产地和药效等;荼之出,将唐代全国荼区的分布归纳为山南(荆州之南)、浙南、浙西、剑南、浙东、黔中、江西、岭南等八区,并谈各地所产荼叶的优劣;荼之略,分析采荼、制荼用具可依当时环境,省略某些用具;荼之图,教人用绢素写荼经,陈诸座隅,目击而存。

从荼的实物到器皿,再到水的选择,各地风俗的呈现,荼的华夏版图也变得清晰可见,到最后形成的是荼的图腾与仪式,《茶经》所要表达的意图也十分明了:人要把自己的精神融合在格物运化之中,只有与自然浑为一体,才能再回到自然。(据中国茶网)

均衡升级 重塑经典

——凯美瑞 2013 款经典版改款动感上市 中部名城信阳巡展

一年一度的中部名城汽车巡展将于4月29日~30日在信阳天伦广场隆重举办。广汽丰田中鑫店会在此举行2013款经典版凯美瑞上市活动。

2013年,对丰田凯美瑞来说注定是一个不平凡的年头。继今年3月份以行业最快速度达成百万销量,推出“2013款增值版”后,凯美瑞经典版也在4月份迎来了改款上市。改款后该车系包括200E和200G两款车型,售价分别为18.28万元和19.38万元,在传承原先经典大气风格的基础上,以更为时尚动感的造型吸引年轻消费人群。

业内人士普遍认为,凯美瑞2013款经典版改款与“2013款增值版”上市堪称“双剑齐发”,无疑将为喜爱凯美瑞品牌的消费者带来更多物超所值的选择。

动感尊贵全面升级 时尚运动迎合个性化需求

凯美瑞经典版传承了第六代凯美瑞大气沉稳的气质,吸引了大批忠实受众。而凯美瑞2013款经典版改款在传承以往经典大气整体风格的基础上,迎合了消费者个性化的需求,适度融入了时尚、先进、运动的设计元素,使整车形象更年轻化。

凯美瑞经典版改款后,前脸更加分明、有神,为凯美瑞成熟的面孔增添了年轻时尚的味道。上格栅融入了中国书法神韵,由原来的平直线条变为流线感更强的上托曲线。为了让车头更显宽大,下格栅向前扩张,雾灯盖边框造型变宽,带动前脸向前方和两侧延伸,更显沉稳大气。此外,凯美瑞经典版改款还将一直用于时尚人士造型的烟熏妆运

用到了大灯设计上,增添了浓郁的现代气息。

在内饰方面,凯美瑞2013款经典版在车厢内木纹装饰样式及颜色方面进行了改动,采用更贴近实木质地的巧克力红色木纹饰板,营造了鲜明的家居氛围。此外,改款车型也延续了凯美瑞家族的“高QDR”(高品质、高耐用性、高可靠性)基因,无论是动力、油耗,还是配置及安全性能方面,都达到了中高级车的顶级标准。与其卓越的性能同样吸引人的,还有低至18.28万的官方价格。因纪念凯美瑞销量突破百万,广汽丰田在近期推出“百万信赖回‘家’有礼”感恩回馈活动,在活动期间购买凯美瑞2013款经典版还能享受购车优惠。考虑到优惠活动将进一步提升性价比,凯美瑞2013款经典版已足以争夺高端A级车的市场份额。

凯美瑞经典华丽转身 双剑合璧抢占“性价比制高点”

凯美瑞2013款经典版改款车型不仅在外观方面迎合了年轻消费者对时尚动感的需求,更大大降低了凯美瑞品牌的入门门槛,让消费者能以更高性价比,入手一辆大品牌、高品质的安全车、可靠车、实用车和省心车,享受到尊贵贴心的“凯美瑞体验”。正如有些车主所评论的一样,当面对市场上数百款车型不知从何入手时,买凯美瑞是一个“错不了的选择”,为很多首次购车的年轻消费者省却了不少时间和精力。

凯美瑞能够实现如此高的性价比,与其庞大的保有量有密切关系。今年,凯美瑞宣布国产突破100万辆,而全球销量更已达到1500万辆。不断累积的销量一是令凯美瑞的成本结构优化,实现研发和制造

成本分摊最大化,固定成本被摊薄,成本竞争力大大提升;二是说明了车辆能够经受各种路况的考验,是凯美瑞可靠品质的有力证明。同时,庞大的使用样本也保证了故障的及时发现和持续改善。依托此基础而改良的2013款经典版改款车型能以更佳姿态,提供更具性价比的中高级车解决方案。

用“以经典引领流行”来形容凯美瑞并不为过,此次凯美瑞2013款经典版的改款,也是该说法的又一个注脚。凯美瑞2013款经典版改款车型有望在性价比上创立新标杆,连同凯美瑞“2013款增值版”共同抢占“性价比制高点”,让更多消费者能享受凯美瑞品牌的经典魅力。

作为广汽丰田的明星车型,凯美瑞以卓越超群的品质征服了数代消费者。相信凯美瑞2013款经典版改款车型也将携手凯美瑞“2013款增值版”,凭借超高性价比和卓越的产品力,为凯美瑞家族在中国车市的传奇里程再添浓墨重彩的一笔!

广汽丰田中鑫迎宾馆店
电话:0376-3713888
地址:信阳市老312国道高铁桥西側