



以茶为媒扬名远



本报记者 向炜 韩蕾

“我今天一收到妈妈从老家寄来的信阳毛尖,就马上用玻璃杯泡上一杯,哈哈,外形美观,香气清高,滋味浓醇,房间里马上弥漫着浓郁的清香,这正是老家的味道,无论走到哪里,我都好喝上这一口,乐此不疲啊!”

4月18日,远在美国攻读博士学位的丁丹丹收到了家人从信阳寄来的几盒信阳毛尖后,马上在微信里与朋友们分享这一刻的幸福。身为信阳人,她不仅自己爱喝信阳茶,在她的带动下,身边的美国朋友也很快成了信阳毛尖的粉丝。

如今无论身处世界各地,只要提到老家是河南信阳,自然就让人想起信阳毛尖。每年4月上旬开始,一批批的信阳茶通过邮局或者物流等各种方式,发送到世界各地。信阳毛尖茶早已经成为信阳联通世界的金字招牌媒介。

信阳以茶为媒的历史可以追溯到东周,在唐朝时已经被列为贡品,武则天天号令在信阳车云山上为信阳毛尖立塔。茶圣陆羽将信阳列为全国八大茶区之一。

到了宋朝,文武大臣更是以得到皇帝赐的信阳茶为荣。大文豪苏东坡当时更是发出“淮南茶,信阳第一,品不在浙闽下”的千古定论。

信阳茶在世界人民面前的首次精彩亮相是在1915年的巴拿马万国博览会上,那一年,信阳毛尖荣获金质奖,从此

扬名世界,享誉海内外。1959年被评为全国十大名茶之一。1985年荣获国家金质奖,此后各项殊荣加身,不胜枚举。

就在刚刚公布的2016中国茶叶区域公用品牌价值十强名单中,信阳毛尖以价值57.33亿元,位列第二,成为最具品牌经营力的三大品牌之一。这也是在过去的7年里,权威机构连续开展公益性课题——“中国茶叶区域公用品牌价值评估”专项研究以来,信阳毛尖连续7年跻身中国茶叶区域公用品牌价值十强,其品牌价值逐年得以提升。而每年的茶叶品牌价值评估活动及结果,已经成为各地检阅品牌建设成效的重要参考及中国茶业发展的风向标。在人民网主办的城市符号征集活动中,信阳荣居“全国最具影响力十大茶产地”榜首,进一步奠定了信阳作为著名茶都的地位。和信阳毛尖品牌同步逐年攀升的,是信阳的美誉度。

这座已有2000多年历史的城市,

尽管撤地设市只有18年,但作为经济欠发达的革命老区之一的信阳,近年来荣获了国家级生态示范市、国家园林城市、中国优秀旅游城市、中国十佳宜居城市、中国最具幸福感城市等一系列殊荣。

如此高的美誉度,尽管不能说都和信阳茶有关联,但有一点事实毋庸置疑,那就是正是出于对信阳茶的呵护,信阳的执政者更加注重对山水资源的保护。市委书记郭瑞民在信阳工作的十年间,执政理念中尤为注重对这一方青山绿水的保护,他经常说的一句话是:金山银山买不来绿水青山,绿水青山就是金山银山。我们坚决摒弃“经济逆生态化、生态非经济化”的传统做法,坚持大力发展绿色、循环、低碳产业,突出发展生态农业。

坚持做到了这一点,才得以让信阳茶始终不辱千百年来名茶美誉,并得以登堂入室,先后进入全国两会、上合组织峰会等各类招待用茶。

坚持做到了这一点,也得以让信阳保持水环境质量和空气环境质量多年来稳居全省最佳。信阳才有资格能够将这座城市轻轻放在山水之上!

以茶香、山美、水甜、空气好为品牌优势,让信阳近年来名声大噪,连续23年举办的茶文化节更是成为国内外诸多茶叶品牌、茶企参与度较高的一个专业性节庆活动,同时也成为我市招商引资、融资洽谈的一个重要平台。

平生于物原无取,消受山中一杯茶。

小小的一芽嫩绿是信阳人的宝贝,是信阳人的骄傲。千百年来,信阳人以茶为媒,在生产与生活中形成了独具特色的信阳茶文化,成为信阳灿烂文化乃至中华茶文化的重要品牌和组成部分。在信阳,茶不仅已成为这个城市的符号象征,也是信阳人不可或缺的精神灵魂,在通联世界的征程中,信阳茶作为桥梁和纽带的功效,不可或缺!

>>>相关链接 以茶为媒 积极融入“一带一路”战略布局

2015年3月12日,正在北京参加十二届全国人大三次会议的全国人大代表、市长乔新江做客国际在线演播室。

在接受采访时,乔新江说:“信阳将以茶为媒,积极融入‘一带一路’战略布局,努力把信阳打造成为中国北方最大生态茶区、中国中部最大的茶叶产销集散地、中国最具影响力的茶文化休闲旅游城市,搭建城市之间的茶旅

游、茶贸易、茶文化交流平台,促进经济社会各领域的全面合作,为‘一带一路’的合作建设添砖加瓦。”

信阳地处中原腹地,茶叶是当地主要经济作物之一,故有“茶都”的别称。乔新江表示,信阳茶产业将借助“一带一路”机遇插上腾飞的翅膀,为促进区域经济合作发展与文化交流融合作出贡献。