一杯「乾淨茶」的萬里之約——都勻毛尖的生態底色與人文新韻

對於許多海外華人家庭而言，茶桌可以說是故鄉最直接的延伸。一壺烏龍、一泡普洱，香氣裡藏著幾代人的鄉愁記憶與日常滋味。而在這張熟悉的茶桌上，來自中國貴州高原的綠茶都勻毛尖——正以一種沉靜的方式，進入越來越多人的視野。它不靠濃烈取勝，而是以近乎執拗的“乾淨”與鮮爽，為海外華人提供了一種不同於傳統認知的中國茶體驗。



△圖為茶山日出。 朱文軍 攝

“乾淨茶”的底氣：從歐盟標準到日常茶杯

對於飲茶傳統深厚的華人而言，判斷一款茶的優劣，香氣與滋味是第一關。都勻毛尖給出的第一印象是鮮明的：條索緊細捲曲，形似魚鉤，白毫滿披；沖泡後湯色嫩綠明亮，入口鮮爽，回甘持久，帶有一種高山雲霧浸潤出的「嫩栗香」。

但這杯茶更深的底色，是「乾淨」。

貴州是中國唯一兼具低緯度、高海拔、寡日照、多雲霧的全境高原茶區，茶葉水浸出物含量超過 45%，氨基酸含量超過 5%。都勻毛尖的核心產區森林覆蓋率超過 66%，茶樹與馬尾松、杜鵑自然混生，千百年來延續着「林茶共生」的生態模式。鳥雀棲息林間捕食害蟲，蜘蛛結網維繫平衡，落葉歸於泥土化作天然肥料。這種生態底子，已經轉化為可驗證的安全數據：2023 年，瑞士 SGS 檢測報告顯示，都勻毛尖的 481 項檢測指標全部達到歐盟標準要求，510 項農藥殘留中的 497 項「未檢出」。貴州全省茶園禁用農藥已通過立法增至 156 種，綠色防控技術覆蓋主要產區，連續 14 年國家農產品質量安全抽檢合格率達 100%。

這些數字的背後，是持續二十餘年的生態堅守。早在 2008 年，都勻毛尖就以純天然、無污染的綠色品質，衝破歐盟 210 餘項農殘檢測「綠色壁壘」，成功進入歐盟市場。彼時，中國茶葉出口正面臨日益嚴苛的國際標準，而都勻毛尖用「乾淨」為自己打開了一扇門。十餘年後，當 SGS 的檢測報告再次確認其 481 項指標全部達標時，這份「乾淨」已經從一種品質特徵，沉澱為品牌最鮮明的標識。

對於注重養生、講究食材本源的海外華人家庭來說，一杯「乾淨茶」意味着不必在風味與安心之間做選擇。在烏龍茶、普洱茶早已佔據主流貨架的海外市場，都勻毛尖所提供的是一種清冽而安全的綠茶選項，適合那些希望在日常飲茶中兼顧口感與健康的人群。



圖①為春茶採摘。 徐健 攝

圖②為古樹茶。

“火中取寶”：一片葉子裡的文化重量

如果說生態是都勻毛尖的「底」，那麼製茶技藝就是它的「魂」。

都勻毛尖的製作，講究「火中取寶、一鍋成型」。中國國家級非遺傳承人張子全的雙手，在兩百多攝氏度的鐵鍋中完成殺青、揉捻、搓團、提毫等工序，全程憑經驗掌控溫度，一氣呵成。這套技藝對「手感」的依賴近乎苛刻——殺青鍋溫需達到 250 至 300 攝氏度，翻炒 3 至 5 分鐘後退火揉捻，再將鍋溫提至 130 攝氏度迅速翻炒 60 秒完成提毫，遲一秒則毫斷，早一秒則香薄。

逾 6 萬個芽頭才能製成一斤乾茶，一位技藝熟練的製茶師日均炒製乾茶不過 3 斤左右。這種無法被機器完全複製的精度，正是非遺保護的核心價值所在。

2014 年，都勻毛尖茶製作技藝入選中國國家級非物質文化遺產；2022 年，它隨「中國傳統製茶技藝及其相關習俗」一同列入聯合國教科文組織人類非物質文化遺產代表作名錄，成為貴州省唯一入選人類非遺的茶製作技藝項目。在申報的 4 個月裡，工作專班搜集整理了 50 餘萬字資料、260 餘張圖片、20 餘個視頻——這份沉甸甸的檔案，是對一項千年技藝的全球認可。

對於海外華人而言，非遺的意義不止於「好看」。它意味着這一杯茶裡，凝結的是可以被講述、被傳遞的文化線索。張子全從 7 歲跟着爺爺上山採茶的山村少年，成長為非遺傳承人。據中國非物質文化遺產網記錄，他教出的徒弟已有二百餘人，並且已經帶動一批茶農增收。不難想像，當一位華人長輩用都勻毛尖招待友人，或教後輩辨認「魚鉤形」茶葉時，他手中不僅是一杯飲品，更是一段從明清貢茶到人類非遺的完整敘事。這種「有來處」的味道，恰恰是華人家庭在異國他鄉維繫文化認同最自然的方式。

從深山到海外：一個品牌的當代軌跡

都勻毛尖並非停留在歷史裡的「標本」。它的當代軌跡，同樣值得海外市場關注。

2026 年中國品牌價值評估結果顯示，都勻毛尖品牌價值達 58.55 億元（人民幣，下同），在貴州茶葉區域公用品牌中位居首位，穩居全國綠茶第一方陣。這一數字背後，是持續二十餘年的標準化建設。2001 年，都勻毛尖修訂發佈省級強制性地方標準，為茶葉種植、加工與市場監管提供了明確的法律依據。此後二十餘年，標準化體系不斷完善，2025 年《都勻毛尖茶綜合標準體系》正式實施，涵蓋產地環境、種苗繁育、栽培管理、加工技術、產品質量、包裝儲運等全產業鏈環節，實現了從「茶園到茶杯」的全過程管控。

標準帶來了品質的穩定，品質支撐了品牌的整合。黔南州以「區域公用品牌 + 企業品牌」體系整合資源，強化證明商標授權管理。截至目前，授權「都勻毛尖」商標企業達 89 家，建設規範店 59 家。「魚鉤牌」成為全省唯一一個中華老字號茶葉品牌，「中茶牌」「八馬牌」等聯名 IP 品牌相繼推出。2020 年，都勻毛尖被納入《中歐地理標誌協定》第二批保護名錄，在歐盟市場獲得原產地保護。在國際市場上，都勻毛尖大宗茶已出口摩洛哥、塞內加爾等國家。此前，貴天下公司首批 50 噸黔茶從都勻出發、經海運抵達摩洛哥，標誌着其對非茶葉出口通道進入常態化運行。

對於海外華人進口商或茶行經營者而言，這些信息的價值在於可操作性。一個有明確品牌價值評估、有國際地理標誌保護、有持續出口記錄的茶品，比一個「只有故事」的產品，更容易進入主流零售與禮品渠道。海外華人對中國茶的接受度，恰恰建立在「品牌」與「正宗」的雙重認可之上——正如對鐵觀音、岩茶等品類的品牌認知，早已超越了單純的品類消費。

刺梨紅茶：給海外茶桌一個新選項

如果說都勻毛尖代表的是「傳統的深度」，那麼同一產區的創新品類刺梨紅茶提供的則是「當代的寬度」。

刺梨是貴州高原特有的野生果實，維生素 C 含量極高。貴定縣鳳凰茶業總經理馮建萍從 2017 年開始，嚐試將本土刺梨與雲霧紅茶結合，歷經四次迭代、數百次試驗，攻克了刺梨酸澀與烘乾易苦的技術難題，最終形成「整果去核、填入紅茶、低溫慢焙」的工藝。檢測顯示，刺梨紅茶的維生素 C 含量是普通紅茶的 8.07 倍。

這款產品的核心工藝被稱為「茶果共生」：完整刺梨整果去核，將雲霧紅茶填入果腔，讓茶葉與果體內外交融；低溫慢焙鎖香，讓茶韻與果韻互相滲透，茶香不掩果香，果香不奪茶香；再以刺梨果殼作為天然容器自然封存，隨時間陳化，果香持續釋放。目前產品形成兩款核心類型：低溫烘乾型採用長達 40 小時的低溫慢烘工藝，風味偏向醇厚焦糖蜜香，適合日常飲用和商務接待；凍乾型採用零下 40 攝氏度真空凍乾技術，最大程度鎖住刺梨原生營養與鮮果香氣，適合冷泡或作為高端伴手禮。

對於海外市場而言，這款產品的意義在於飲茶場景的拓展。在氣候炎熱的地區，傳統熱泡烏龍茶在年輕消費者中面臨「門檻」；而刺梨紅茶酸甜清爽的風味，既適合熱飲也具備冷泡與調飲的潛力。

刺梨紅茶並非一個停留在概念階段的新品。在品牌正式發佈之前，貴定縣的刺梨紅茶產業已經積累了可觀的體量：2025 年產量達 39.6 萬斤，產值 1.5 億元，產品遠銷德國、馬來西亞等市場；同年 8 月，「蔚醺淺啜」刺梨紅茶在香港國際茶展上獲得德國茶商 5 萬美元訂單。2026 年 10 月，「黔南刺梨紅茶」以統一品牌形象在西部茶博會上正式對外發佈，標誌着這一地方特色品類從企業各自探索走向品牌化整合。

將都勻毛尖與刺梨紅茶並置，實際上是在向海外華人消費者傳遞一個完整的形象：黔南這片土地既能守住千年製茶技藝的根脈，也能生長出適配當代口味與消費習慣的新品類。前者滿足的是對「正宗」與「文化」的需求，後者回應的是「輕鬆喝、可分享」的日常場景。



△圖為茶鄉直播。 申蟬銘 攝



△刺梨紅茶採用鮮果填茶、茶果共生工藝，區別於市面普通乾粉拼配果茶。

一杯茶的距離 很遠也很近

從海外華人茶桌，到貴州雲霧深山，直線距離或許遙遠。但從一杯都勻毛尖的鮮爽裡，距離可以很短。

海外華人社會對茶的認知，從來不是一張白紙。數百年間形成的飲茶習慣，構成了中國茶走向世界的厚實基礎。都勻毛尖不需要從零開始「塑造」一個民族的飲茶認知，它只需要出現在對的杯子裡，讓「乾淨」與「鮮爽」自己說話。

對於那些正在尋找新品類、新故事的海外茶商與消費者而言，都勻毛尖所攜帶的，不只是一款綠茶的商業機會，更是一個可以講述給下一代聽的文化坐標：中國茶的世界，不止於烏龍與普洱，在貴州高原的雲霧深處，還有一杯「火中取寶」的非遺綠茶，正等待着跨越海洋，完成一次與海外茶杯的相遇。 文 / 周瀟瀟

（本版圖片除署名外均據黔南州農業農村局）



△刺梨紅茶。



△圖為美麗茶山。 韋延豐 攝