

《印象大红袍》: 一场演出,如何改变一座城市的生活方式?

□本报记者 裴礼辉 通讯员 龙晨露 文/摄



←16年来,《印象大红袍》接待观众近千万人次。

↳《印象大红袍》演出现场

“陌生人,您来自何方?您有多久,没有安静地欣赏一片风景?”

每当夜幕降临,这句叩问便在武夷山崇阳溪畔响起。360度的旋转观众席缓缓启动,丹霞峰峦化为天然幕布,溪水成为流动的配乐。观众身边,眼里,是一杯杯飘香的大红袍。这不是规划图里的场景,而是十六年来,武夷山每一天都在上演的日常。

从2010年首演至今,这部由张艺谋、王潮歌、樊跃“印象铁三角”打造的大型山水实景演出,已累计完成演出6900场,接待观众近千万人次。但这些数字背后,一个更深刻的故事正在发生:一场演出,如何改变一座城市的生活方式?

山水“醒”了:从“白天看景,晚上走人”到“人在画中游”

时针拨回2008年。彼时的武夷山,虽坐拥世界文化与自然双遗产,却深陷“白天游山玩水,晚上无所事事”的旅游窘境。游客平均停留时间不足1.5天,往往看完天游峰、坐完九曲溪竹筏,便匆匆离开。“那时到了晚上,街上冷冷清清,游客留不住,消费也上不去。”一位老武夷山人回忆道。

变化始于一场演出的诞生。2010年3月29日,《印象大红袍》首演,全球首创的360度旋转观众席颠覆了人们对舞台的想象。云雾缭绕的峰峦是背景,潺潺流淌的溪水是伴奏,300名演员在山水间演绎茶人的生活画卷。观众不再只是看客,而是“人在画中游”的体验者。

“这是我第二次观看了。坐在旋转观众席上,置身于山水实景之间,品味着大红袍袅袅茶香,太惬意了。”来自江西的游客张女士感叹。来自北京的游客陈薇则说:“看了演出才明白,武夷山人对待茶的那份虔诚,就是对自然与生活的热爱。”

这场演出,让武夷山的夜晚“亮”了起来。更重要的是,它将游客的平均停留时间从不足1.5天延长至3.2天。这意味着,人们开始愿意慢下来,住下来,感受这座小城的茶香与烟火。

生活“变”了:从“卖茶叶”到“卖茶文化”,从“打工仔”到“戏中人”

《印象大红袍》改变的,不仅是游客的行程,更是武夷山的生活。

在印象大红袍艺术团,300多名演员,本地人愈发热爱武夷山,异乡人则把武夷山当成了第二故乡。白天,他们是这座城市的普通一员;夜晚,他们在山水舞

台上演绎自己的故事。

王龙涛是其中之一。十年前,这位来自河北的小伙因一次旅游邂逅武夷山,从小习武的他被选入艺术团,饰演茶掌柜。如今,他白天是武夷山国家公园的导游,晚上则抱着算盘、手持烟斗,为“五湖四海的茶商”计算茶叶价格。“来到武夷山就会发现,这里的茶文化十分浓郁,四处洋溢着茶香,大街小巷布满茶馆。”王龙涛风趣地把这里的生活形容为“每天泡在茶汤里”。

兰荣智的故事更为传奇。这位来自广西的外卖小哥,曾在茶企泡过茶、在水果店切过水果、在海洋馆表演过节目。丰富的人生阅历让他被艺术团“一眼相中”。如今,他白天送外卖,晚上撑篙划过碧水,在舞台上扮演船夫。演出结束得早,他还会接着跑几单外卖再回家。

李文财是武夷山本地茶农,也是艺术团首批演员。在他看来,演出演的就是自己的生活。“我们不怕吃苦,因为正是一代代武夷山人坚持不懈地种茶、采茶、制茶、卖茶,才让更多人因为一泡沁人心脾的大红袍知道了我的家乡。”

这些普通人的轨迹,因一场演出而改变。演出中的茶农、茶娘、茶商,不仅是角色,更是当地人的生活印记。

城市“活”了:从“深山茶叶”到“资本新贵”,从“非遗深闺”到“世界舞台”

《印象大红袍》的影响力,早已超越舞台本身。在剧场周边,50余家特色民宿、数十家茶文化主题餐厅应运而生。茶宿、茶宴、茶研学等新业态蓬勃兴起,一条完整的茶文旅产业链已然成型。“过去我们卖的是茶叶,现在我们‘卖’的是茶文化体验。”武夷山林家茶业发展有限公司董事长林丽娟感

慨。

数据是最有力的证明。2010年,武夷山茶业总产值仅13.06亿元,相关市场主体不足1600家;到2025年,全产业链产值跃升至170亿元,带动12万人就业。“一片叶子富一方百姓”从愿景变为现实。

2025年12月,印象大红袍股份有限公司在香港交易所挂牌上市,成为“福建文旅第一股”与“中国实景演出第一股”。股票发售前,11.5万人认购,超额认购3402倍,体现了资本市场对这场文化创新的充分信心。

2025年5月,全新大型文旅山水史诗演出《月映武夷》推出,以朱子文化、双遗产、万里茶道为核心,融入全息投影、裸眼3D等技术,创下2400平方米沉浸式室内水舞台与45米高压水幕世界纪录,与《印象大红袍》形成日夜呼应的全时段文旅体验。来自133个国家的“汉语桥”学员通过它感受中国文化,这场演出已成为两岸交流与国际合作的重要桥梁。

3月29日,《印象大红袍》迎来了自己的十六岁生日。演出方发出一个特别的邀请:寻找十六年前参与360度旋转观众席首演测试的2000名武夷学院学生,请他们“回家”免费看一场完整的演出。“当年你们站着帮我们‘压场子’,如今该坐下来好好看一场了。”这则充满温情的邀约,让无数人动容。

十六载春华秋实,《印象大红袍》依然年轻。它让茶文化从“可饮”变为“可看、可感、可体验”,让静态的山水与动态的人文完美融合。当人们提起大红袍,想到的已不只是杯中那盏橙黄明亮的茶汤,还有那场在山水之间上演的光影盛宴。

在《印象大红袍》的尾声,全场观众会齐声高呼:“山水、草木、家园,我会放下!我会幸福!”

这或许正是这场演出给这座城市和这里的人们,最珍贵的礼物。

两大机构落地武夷山 助力万里茶道申遗

本报讯(记者 裴礼辉 文/摄)3月27日,(中蒙俄)万里茶道联合申报世界文化遗产办公室联络处在武夷山正岩广场正式揭牌,世界百茶体验中心同步成立。两大机构的落地,为万里茶道申遗提供有力支持,也为推动中国茶文化在全球舞台的传播搭建起新的平台。

万里茶道是连接中国、蒙古、俄罗斯的重要商贸通道,也是历史上跨越欧亚大陆的茶叶贸易路线。此次联络处的设立,将有助于整合产业资源,支撑申遗相关工作。世界百茶体验中心则计划汇聚全球茶文化资源,打造国际茶文化交流的窗口。随着两大机构的运行,中国茶文化在申遗与国际传播方面有望获得更可持续的产业支撑,国缤茶所承载的中国茶当代故事,也将进一步走向世界。

当天,“华祥苑25周年成果展”在武夷山正岩广场举行。华祥苑自2001年开设首家门店以来,已在全国32个省份463个城市布局5000家门店。企业通过参与大国外交茶叙、商务社交茶叙等场景,逐步形成以“国礼标准”打造高端茶品的路径,并推动产品在保持品质的同时实现亲民定价,让更多消费者能够接触高品质中国茶。活动现场展示了企业25年来在品质坚守与“三茶统筹”(茶文化、茶产业、茶科技)方面的实践,也展现了茶企在推动产业规模化、标准化、国际化方面的具体举措。



武夷茶亮相 2026美国国际茶展

本报讯(记者 裴礼辉 通讯员 李康 庄伟兵 文/摄)记者从武夷山市永鹏茶业有限公司获悉,3月23日至25日,2026 World Tea Expo在美国拉斯维加斯国际会展中心举行,武夷茶品牌岩霸亮相本届展会,以茶为媒,向世界展示武夷茶文化的独特魅力。

作为北美规模最大、专业性最强的B2B茶叶贸易展,本届展会汇聚来自中国、日本、韩国、南非、土耳其等多个国家和地区的数百展商,吸引近万名专业采购商、茶企从业者及茶文化爱好者参与,成为全球茶产业交流合作的重要平台。

展位现场,岩霸以其独特的“森态武夷茶”吸引众多参展者驻足品鉴,每一杯茶都成为传递东方文化的载体,让海外观众通过武夷茶感知中国茶文化的深厚底蕴。



展会期间,北美茶学院专家团队专程到访岩霸展位。团队成员对武夷茶的传统制作工艺与岩霸的创新实践表示认可,并现场提出开展武夷岩茶专题品鉴与教学合作的意向。双方计划通过人员互访与课程共建,共同推动武夷茶文化在海外的传播与普及,让更多北美消费者了解中国茶的丰富内涵。有机茶品牌创始人与岩霸团队围绕茶园生态建设、可持续发展等议题展开深入交流。双方约定未来将在有机种植与环保包装等领域探索合作,为武夷茶的国际化发展注入绿色理念。

岩霸团队以专业讲解与真诚态度,向到访者分享武夷茶的历史渊源、制作工艺与品鉴方式,赢得众多海外茶友与采购商的认可。多位采购商现场表达合作意向,期待将正宗的武夷茶引入北美市场。

近年来,岩霸持续推动武夷茶文化的国际传播,先后参与马来西亚、新加坡、阿联酋等地的国际茶展与文化交流活动。目前,企业已在全球建立超过600个销售网点,成为武夷茶领域具有代表性的品牌之一。



3月29日,来自湖北武汉的茶人来到武夷山青狮岩茶业有限公司的原生态山场,参与体验“喊山祭茶”仪式。

“喊山祭茶”是武夷山一项古老的祭祀风俗,每年开春采茶之际,茶农们都会祭拜茶神,祈求风调雨顺、茶事顺遂、茶叶丰收。(裴礼辉 邱汝泉 摄)

章岷与范仲淹:一曲斗茶歌的千古唱和

□黄贤庚

北宋文学大家范仲淹的《和章岷事(斗茶歌)》是中国茶史上较为细致和生动的茶诗。然而,亦有论者对章岷是否曾作《斗茶歌》存疑,或对范仲淹未曾亲临武夷山,却能描绘出如此生动的斗茶场景感到不解。

诚然,武夷山的斗茶,经过近千年延续、演化,如今的形式多样了,场面扩大了,参与人数增多了……有村级的、乡(镇)级的,大到海峡两岸茶博会斗茶赛。有一年星村镇斗茶赛又出现新花样,就是搞了场“打擂台”。在斗茶赛赛出的茶王中,有位居然被“打”了下去。由此足见武夷山乡间野趣藏龙卧虎,好茶多矣。

但是作为一名茶文化爱好者,我还是醉心于北宋范仲淹描绘的武夷山斗茶情景。

北宋的武夷已经是名声鹊起,茶以山名,相得益彰。犹如佳人的佳茗,为文人墨客、达官显贵所青睐追逐。游山品茶成为时尚,继之玩起茶来——斗茶、点茶、分茶。最能吊起时人兴趣还是斗茶。当时斗茶不但比试茶品,还要比茶具器皿和比试煮泡技艺。斗

得激动人心,比得细致入微,赛得胜者轩昂,败者蒙羞。

那令人难以自已的情景,邻县浦城文人章岷铭刻于心,在一次与上司范仲淹即兴唱和时,赋就“武夷斗茶歌”,十分欣赏章岷才华的大文学家范仲淹,相聚时听此佳作后,心潮澎湃,思绪随波而起,步其韵作《和章岷事(斗茶歌)》。想不到此诗成了千古绝唱,中华茶文化经典。遗憾的是只见人赞范公所和茶歌,却鲜见介绍章岷其人。

章岷者何许人也?其后人惜墨如金,只在志书“人物表”中简略记其官职,对其才艺、官绩未见详载。倒是清康熙三十二年(1693)《建宁府志》有所记,文字虽简却点到关键:“章岷,字伯镇,浦城人。天圣进士。尝与范仲淹同赋《斗茶歌》。岷先就,仲淹览曰:此诗真可压倒元、白(即元镇、白居易)。”《府志》“同赋斗茶歌,岷先就”之句,是极有价值的。可以想象章岷之“斗茶歌”是何等文采飞扬,才引得范公动情和之。可惜呀!章岷其诗和其人无以见传,终为一大憾事。

范和章在年龄、入仕时间、官阶上都有差距,为何二人却有交集,且范对章如此欣赏备至呢?笔者从王建春等人的文章中进一步知晓。章岷者,出生于宦宦世家,宋仁宗天圣五年(1027)进士,大概在北宋景佑元年,在睦州(治所在今浙江桐庐)任从事(即幕僚)时,不久范仲淹贬此地为知州。范见他勤于政务,为人

耿直,注重友情,且颇有才情,故极为赏识之。常召之集宴赋诗论文。所唱和的“斗茶歌”当在此间。尔后在范的举荐下,章仕途顺达,官累迁正义大夫。因章岷《斗茶歌》,才引得范仲淹名篇。这是武夷山之幸。

范仲淹这首309字的《和章岷事(斗茶歌)》长诗,开头就写到“溪边奇茗冠天下,武夷仙人从古载”,点出地点、人物。继之描绘出采制茶叶的繁忙景象和制茶的高深技艺。至于斗茶的认真程度到了“十目视而十手指”地步,“其间品第胡能欺”。时人十分在意斗茶输赢:“胜者登山不可攀,输同降将无穷耻”。诗人总是敢于夸张的,范公评说武夷茶品能使“长安酒价减万千,成都药市无光辉”。所以到此“仙山一啜”后,“冷然便欲乘风飞”……长此以来,这首茶诗被茶客文人吟诵书写挂柱,或启迪作画、雕塑。其中“石上英”“兰芷”“嘉树”等被茶家借作厂名、品牌。凡此说明这首诗的价值不凡。

亦有人对范公未亲临武夷山斗茶现场却能咏出这等长诗而生疑。我思之,这有何怪。范公不是没有光临过岳阳吗,凭好友滕子京所送一幅《洞庭晚秋图》,就把岳阳楼描绘得如此出神入化,且能假设天气变化,而发思古之幽情,令人震撼,扣人心弦。同样道理,范公因有章岷“先就茶歌”,就能咏唱出这等绝世茶诗。这就是高手、大家的本事。

范公《和章岷事(斗茶歌)》是武夷山的珍贵文化遗产,更是中国茶史的经典文献。

