

郑成功“延平条陈”与闽台茶叶贸易

——一份跨越三百余年的历史启示

□陈伟群

南明隆武二年（清顺治三年，1646）三月，延平行宫。

二十二岁的郑成功面对偏安一隅的南明朝廷，呈上一份被后世称为《延平条陈》的奏疏。据明末官修《思文大纪》记载，成功“条陈据险、拣将、航船、通洋四事”，隆武帝“览奏大喜”，当即封忠孝伯、赐上方剑、挂招讨大将军印。

这份奏疏的核心是“据险控扼、拣将进取、航船合攻、通洋裕国”十六字方略，不仅是一份军事纲领，更是一套完整的海洋立国思想。其中“通洋裕国”四字，拉开了闽台联动让茶叶走向世界的序幕。

“通洋裕国”，一个前瞻性的海洋经济构想

“通洋裕国”，即以海外贸易充实国力、支撑军需。此思想并非凭空而来。

郑成功出身海上贸易世家，其父郑芝龙曾是东亚海域最大的武装海商集团首领。成功自幼耳濡目染，深知海洋贸易之利。他在《延平条陈》中将其上升到

国策层面，系统提出：以大陆物产为根基，以海上武装为保障，以东西洋贸易为财源，形成“以商养兵、以兵护商”的闭环。

这一构想的前瞻性，同时代无人能及。当清廷厉行“迁界禁海”、视海洋为边患源头之时，郑成功看到

的却是海洋蕴含的无限生机。正如他后来在复其父书中所言：“东西洋餉，我所自生自殖者也。”这并非豪言壮语，而是有坚实产业支撑的战略自信。

而茶叶，正是“通洋裕国”从构想到实践的关键落子。

延平种茶，从地方名品到海贸商品的战略转化

延平产茶，历史悠久。明嘉靖《延平府志》载：“茶，半山岩者极佳。”茫荡山半山村所产半山岩茶，品质上乘，早在宋代即已闻名。

然而真正将延平茶从地方物产推向国际市场的，是郑成功。

1646年，隆武帝驻跸延平，郑成功率军护驾。在此期间，他在涉茶方面做出了一系列影响深远的决

策：接管古茶园，设专人管理茶户，组织军民规模化采制，统一收储转运。据清乾隆《延平府志·物产》补记，郑成功将延平茶山收为官方产业，所得主要充作军饷。茫荡山半山村民间传说，隆武帝与郑成功驻跸茫荡山云顶庵期间，君臣与乡民共植茶树的佳话。此“君臣植茶”之说，反映了郑成功以茶业凝聚民心、经略地方的治理智慧。

值得强调的是，郑成功的贡献在于实现了三大转变：一是经营方式的转变，从民间分散种植转为军政统一管控；二是生产规模的转变，从零星采制转为规模化运营；三是市场定位的转变，从内销地方名品转为面向东西洋市场的国际商品。

正是从延平开始，茶叶被正式纳入“通洋裕国”的战略体系。

闽台茶贸，一条跨越海峡的贸易走廊

在郑氏海贸体系中，茶叶流通形成清晰的“三段式”链条：

产地收购，郑氏设立“陆路五商”，进驻延平、建瓯等闽北茶区，统一收购半山岩茶、武夷茶，集中运往沿海港口。

港口分装，茶叶运抵厦门、安平（今台湾台南）后，由“海路五商”的洋行进行分装、仓储，按东西洋不同市场需求分别备货。

东洋航线以日本长崎为主要目的地，据长崎《唐船风说书》汇集的《华夷变志》记载，郑氏商船货物清单中，“茶”为高频固定搭载商品。后世学者研究指出，当时输日茶叶多来自郑成功军队控制的闽北茶区。荷兰东印度公司《巴达维亚日志》亦逐年记录向郑氏采购福建茶叶的情况，年总量达数百至千担，转售欧洲市场。

值得注意的是台湾在这一链条中的定位。连横

历史启示：从“通洋裕国”到“向海图强”

现在重温《延平条陈》，其价值早已超越具体史实考辨，指向更深层的历史启示。

海洋意识的可贵。在十七世纪东亚大陆普遍内敛收缩的时代氛围中，郑成功以弱冠之年，明确提出面向海洋的立国方略，其眼光与魄力至今令人感佩。海洋不是阻隔，而是通道；不是威胁，而是机遇。这一认知，对今日建设海洋强国仍有启示意义。

产业根基的重要。“通洋裕国”不是空洞口号，而是建立在坚实的产业基础之上。闽北茶叶、木材、瓷器和德化瓷器，这些地方物产构成海贸的源头活水。郑成功的实践证明：海洋贸易的竞争力，最终取决于腹地产业的支撑力。

文化传承的力量。从闽北岩茶到台湾冻顶乌龙，从延平到南洋茶路，郑成功开启的不仅是茶叶贸易，

更是一条文化传播之路。今天闽台两地茶脉相连、茶香同源，其历史根基正可追溯至那位在延平上书“通洋裕国”的青年将领。

郑成功收复台湾的壮举广为传颂，而他以茶通洋、以商裕国的战略远见，同样值得铭记。《延平条陈》的十六字方略，不仅属于历史，更属于所有面向海洋、走向未来的开拓者。

《印象大红袍》海外“破圈”，总播放量超2000万，接连诞生7个百万级爆款视频——

武夷茶香飘万里 光影为舟渡重洋

□本报记者 裴礼辉 通讯员 龙晨露 文/摄

武夷山水，一叶关情。

近日，以世界双遗产地武夷山为天然舞台的大型实景演出《印象大红袍》，在海外社交媒体平台强势“出圈”，交出了一份亮眼的文化出海成绩单：其海外官方账号在Facebook单平台迅速积累2.7万垂直粉丝，总播放量突破2000万，并接连诞生7个百万级播放量的爆款视频。这场将中国传统文化与山水美学精妙融合的东方盛宴，正跨越语言与地域的藩篱，在全球网友心中激起对中国传统文化的热切回响。

制茶工具体化身美学符号，极致东方浪漫打动海外观众

2010年3月29日，《印象大红袍》首演。当观众坐进缓缓转动的席位，眼前不再是静止的舞台，而是一幅流动的山水画卷——竹林中斗茶的惬意、茶山上摇青的壮阔、古茶舍里传说的温情，随着座席旋转徐徐展开，人在景中，景在画中。

“中国文化真的太棒了！”“寻常的制茶工具，竟能演绎出如此极致的美感，这是独属于中国的东方浪漫！”在多条播放量突破百万的视频评论区，来自不同国家的惊叹与赞美俯拾即是。

令海外网友心折的，正是演出中对传统制茶工具与现代舞蹈的大胆融合与创新表达。水筛舞、采茶舞……在演员行云流水般的舞姿中，一件件饱含岁月痕迹的劳作工具被赋予了蓬勃的生命力，升华为独具气韵的东方美学符号。没有直白的说教，只有无声的舞动；没有繁复的旁白，只有穿透屏幕的文化感染力。这正是中国传统文化创造性转化、创新性发展的



《印象大红袍》演出现场

生动缩影。

光影科技写意山水，云端之上“活态”传香

《印象大红袍》之所以形成强大的视觉震撼，离不开现代光影科技对“东方意境”的成功转译。通过声、光、电的沉浸式营造，静态的山水化为流动的画卷，恢弘的舞台与巍峨的大王峰、玉女峰交相辉映。原本难以具象言传的“人在画中游”“天地有大美”，化作全球网民都能真切感知的视觉语言。

屏幕之外，海外观众不仅看见了山水的壮美，更在演员“摇青、炒茶、奉茶”的沉浸式演绎里，读懂了武夷茶人敬畏自然、匠心持守的传统待客之道。从“视觉吸引”到“文化向往”，一片东方树叶在数字光影中完成了最为鲜活的“活态传承”，让非遗茶技艺与茶民

俗穿越时空，触达世界。

深耕十六载，“一杯茶”里见天地

16年来，随着武夷山文旅的提档升级，《印象大红袍》跳出单一演艺产品的逻辑，不断深耕大红袍茶文化，与城市深度联动，逐步成长为武夷山的城市超级IP。更多人通过演出的口碑效应关注武夷山茶文化、走进武夷山水间，形成了“以演带旅、以旅传茶”的良性循环。

此次海外传播的成功，根植于对“中国茶文化”与“东方生活哲学”核心内涵的深度挖掘。借助极具张力的肢体语言和镜头美学，海外年轻一代第一次如此直观地看到中国茶农对天地的敬仰、对匠心的坚守。在步履匆匆的现代国际社会，中国茶文化所蕴含的静心、释怀、包容的生活哲学，恰如一剂温润的良药，抚慰着全球年轻人渴望治愈的心灵，成为一种跨越文化的“东方松弛感”。

以茶为媒，可见文明。回望历史，千年万里茶道驼铃悠悠，武夷岩茶翻山越岭、联通中外，成为古代东西方文明交融互鉴的绿色纽带。放眼当下，数字时代的“云端丝路”光影璀璨，《印象大红袍》以新媒体为传播载体，让蕴藏在碧水丹山间的传统茶技、生活美学与东方哲思，化身世界通用的“文化语言”。在文明交流中擦亮中国名片，在互学互鉴中散发跨越山海的迷人芬芳。

一片叶子，承载中国智慧；一场演出，连通世界心灵。这杯穿越古今、香飘寰宇的中国茶，必将在更广阔的舞台上，绽放出更加动人的世纪芬芳。

武夷山市：

第22届春茶评比赛启动线上报名

本报讯（记者 裴礼辉）为进一步强化原产地保护，促进春茶制作技艺交流，提升武夷茶产品品质和品牌影响力，2026年武夷山市第22届春茶评比赛已于7月13日正式启动线上报名。作为武夷山一年一度的官方斗茶赛，本届赛事由武夷山市茶产业发展中心、福建武夷山三茶集团有限公司主办。

根据活动方案，报名时间为7月13日至7月24日，仅支持线上报名。收样时间为7月20日至24日，8月3日至21日将进入专家评审阶段。参赛主体限定为武夷山市登记注册的茶企和武夷山市籍茶人。选送茶样分为武夷岩茶和武夷红茶两大类，其中武夷岩茶分大红袍、肉桂、水仙、品种，武夷红茶分正山小种、武夷奇种（包括金骏眉、银骏眉、大赤甘、小赤甘等）。参评茶样须为当年产自武夷山市行政区域范围内的精制茶，火功程度要求为“中火”，每个茶样送样数量为净重1000克。

为确保评审的专业性与公信力，本届赛事成立专家评审组，总人数16人，由特邀专家组和本市专家组共同组成。特邀专家组将邀请国内、省内知名茶叶评审专家3至5人，本市专家组则从武夷山市茶叶专家库中随机抽选11至13人。评审将严格依据外形、汤色、香气、滋味、叶底等多项因子进行专业打分。

奖项设置方面，每个品种设特等奖、一等奖、优质奖若干名，比例为2:4:4。如参评茶样超过一定数量，将酌情增设获奖名额，但获奖率控制在15%以内。值得一提的是，获奖茶样若经检测不合格，将被取消获奖资格，体现了赛事对品质的严格把关。

武夷山市春茶评比赛自2005年创办以来，已连续举办至第22届，是武夷山最具影响力、规模最大、最权威的茶业盛会之一，也是武夷岩茶加工标准、品质、安全比拼的重要平台。一年一度的春茶评比赛，已成为武夷山广大茶人技艺交流的重要平台，不仅进一步提升武夷茶制作技艺水平，助力茶企茶农拓宽茶叶销售渠道，也持续提升了品牌影响力，推动“三茶”统筹高质量发展。

作为世界红茶与乌龙茶的发源地，武夷山斗茶之俗已绵延千年。截至2025年底，全市约12万人从事茶叶生产经营活动，全市茶园面积14.8万亩、毛茶总产量3.2万吨。



武夷岩茶的名与实

□叶国盛

“岩茶”一词，常以为最早见茶僧释超全（1627—1712）的《武夷茶歌》“嗣后岩茶亦渐生，山中藉此少为利”句，实则不然。目前所见最早的文献，应数明人卢龙云《王倩冷自四明来访将由罗浮历武夷至雁荡而归武林赋此为别》：“春酒碧霞瑶石酌，岩茶新雨幔亭游。”卢龙云，生卒年不详，明万历十一年（1583）进士。此诗收录在他的《四留堂稿》明万历间刻本。而“武夷岩茶”，出现得亦不晚，黎元宽（1596—1675）有《武夷岩茶说》一文；九曲溪四曲溪北的摩崖石刻“庞公吃茶处”的庞公，即庞垲（1657—1725），有《次韵答允展成见怀并寄武夷岩茶》诗，并有小注文写道：“武夷茶生岩上者，味清而香。生洲间者，少逊。”

同时，“岩茶”有一些同义表达，例如岩茗，见许儒龙《晓云上人过寓贻方竹岩茗》诗（作于1734年）；崇安县令王梓于1707年写有《梧峰访松山和尚二首》诗，中有“岩茗频尝知静味，盆花乍放识初春”句，等等。还有“崖茶”者，张铉《过虎啸崖天成禅院道人留饮崖茶》诗：“道人具崖茶，绿泼芽旗展。”

何谓岩茶？清董天工《武夷山志》的定义十分精练：“其品分岩茶、洲茶。附山为岩，沿溪为洲，岩为上品，洲次之。”以“岩”冠于“茶”前，最初的本义是指产地。武夷山为丹霞地貌，多山石，茶植其间，名为岩茶。所以，早期的岩茶并不与制茶工艺单一对应，它可能是绿茶，也可能是乌龙茶。有一些线索可证。清人陈肇波《龙游寺僧以绝顶岩茶酌客其色淡白而芬芳清冽沁人心脾真异品也因作长歌纪之》诗，据诗题，可知他品饮的岩茶，汤色淡白，与今之武夷岩茶有别（汤色橙黄），或者是一种绿茶。袁枚也喝过这样的武夷茶，记于他的《随园食单》：“尝尽天下之茶，以武夷山顶所生、冲开白色者为第一。”当时以僧道为主要制茶群体的茶师，有不同的采制法，只有一两从茶树的“名种”“奇种”茶在风味表达上有很多可能性，彼时岩茶的风格不止一种。

时至今日，武夷岩茶总体上的风格趋于一种“统一”，即属半发酵茶类，是选择的结果。黎元宽《武夷岩茶说》就已经讨论了“时”与“质”的问题，即采摘期不宜太早，应使芽叶充分生长（今武夷岩茶的采摘标准为驻芽三四叶），让茶叶积累足够的内含物质。正如商梅《试武夷茶》所言：“采从谷雨后，茶力乃全具。”“谷雨”后，已然与明前、雨前不同。王复礼将头春定在“自谷雨采至立夏”，加之“采而摊，摊而攪”“炒焙结合”等技艺，半发酵的乌龙茶制作法已经成熟，武夷岩茶的品质大为提升。其香气更为丰富，滋味更为醇厚，茶性转温和，所谓“品具岩骨花香之胜”。刘靖任崇安令时，收藏的武夷茶“茶香而冽，粗叶盘屈如干蚕状，色青翠似松萝”，但“十余载后，亦色香俱变矣”，这是不发酵或轻发酵类茶叶的普遍情况。随着茶园面积的扩大，茶叶产量的提升，武夷岩茶进入市场后亦有长途运输与贮存的品质问题，而足够的焙火，解决了这一问题，武夷岩茶色香长留。这些品质较早期类似绿茶“版本”的岩茶，是更胜一筹的。

武夷岩茶，从它的“名”始，渊源有自，历史悠久；于“实”方面，底蕴深厚，在山场、茶树品种与制作技艺等方面长时地积累与博弈。有武夷传统耕作法，有丰富的茶树种质资源，以至“岩”山场、优良的茶树品种与精湛的制茶技艺相适配，达到良好的状态。今之武夷岩茶是国家地理标志产品，《地理标志产品质量要求 武夷岩茶》（GB/T 18745—2026）已正式发布；武夷岩茶制作技艺是首批国家级非物质文化遗产，并作为中国传统制茶技艺及其相关习俗重要组成部分，列入人类非物质文化遗产代表作名录；武夷岩茶文化系统，入选第七批中国重要农业文化遗产。得天时地利人和的武夷岩茶，有着不可复制的体系，是名茶名牌，应爱之惜之，以使这片叶子长绿、隽永。



闽北日报(宣)