

各地早上都喝什么茶



国家茶艺技师 于佳平

中国是茶树发源地,也是最先将茶树叶片制成饮品的国家。喝茶早已成为我国居民的生活习惯,甚至早起就要来一杯,可谓“不可一日无此君”。各地早茶有很大差异,体现出明显的地域特色。

据史料记载,四川蒙顶山是最早开始栽培茶树的地方,蒙顶甘露、蒙顶石花、竹叶青等都是四川著名的绿茶。讲求生活“巴适”的四川人,往往以一杯绿茶开启美好的一天:往透明玻璃杯中放一撮满披白毫的嫩绿芽尖,冲入开水,看着茶叶吸水饱胀,或在杯中上下起舞,或在杯底根根直立,啜饮一杯,鲜香满口。对于很多四川人来说,吃早点可以马虎些,但喝茶要认真,有些茶馆还会设专门的“早茶”时段。

茶树经过漫长的自然迁移及人为传播,一路向东南来到福建和广东。福建几乎全境产茶,南部以清香型的乌龙茶为主,比如铁观音、漳平水仙等名茶,都是闽南人的最爱。将苍绿色颗粒状铁观音或小方饼状的漳平水仙茶投入德化白瓷的盖碗,注

入沸水,就能闻到清雅的花香。在早上蒸腾的湿热空气中,啜饮金黄的茶汤,出身透汗,一天都神清气爽。福建北部盛产焙火型的乌龙茶,以武夷岩茶为代表,比如大红袍、武夷肉桂茶、武夷水仙茶等。早餐前,泡一壶口感醇厚的武夷岩茶,甜甜的烘烤香衬托着花香,回味无穷,让人顿时口舌生津、胃口大开。福建东部是白茶的发源地,当地人早起常会或泡或煮一壶老白茶,让温润的甜香在舌间蔓延,再开启繁忙的一天。

近几年,广东潮汕地区的乌龙茶——凤凰单丛成为茶圈新贵,奶茶店、超市、茶馆甚至“元首茶叙”等场合,都有它的身影。醇和的汤感、独特花蜜香使凤凰单丛令人饮过难忘。广式早茶“一盅两件”(一壶茶和两份点心)中,凤凰单丛的出镜率很高,也有部分人受香港茶俗的影响,用红浓甜润的普洱茶佐餐。

北方大部分地区不产茶,但这并不妨碍人们一早就享受茶的美好。在京津乃至东北地区,茶客们无冬历夏地饮用茉莉花茶,浓酽的茶汤、馥郁扑

鼻的茉莉花香,令人精神振奋,有助抵御冬日的寒风和盛夏的酷热。

茶叶还通过茶马古道进入了西北地区。在内蒙古,牧民们早起都会用红茶、奶和盐,熬煮成浓郁美味的奶茶,配上炒米等小吃,就是一顿暖胃早餐。在藏区,青藏高原独特的气候,使酥油茶成为早上重要的能量来源。将黑茶、奶和酥油放入打茶筒反复捣拌,使其充分融合,就变成了风味独特的酥油茶。宁夏地区的人爱喝“八宝茶”,通常会在盖碗中放入茶叶、冰糖、红枣、枸杞、芝麻、玫瑰花等,再用沸水焖泡片刻即可。八宝茶是很多牛肉面馆的必备饮品,筋道的拉面配上软嫩的牛肉片,再加上一壶茶香四溢的八宝茶,是很多食客的早餐标配。

在西南地区,茶叶不仅是饮品,更是优质的食材。例如著名的“擂茶”,将茶叶和生米、花生等一起捣碎,再熬煮成粥,调味后单独食用或浇在其他主食上。这种吃法类似于北方的油茶,早上来一碗,饱腹又提神。

生命时报官方网站

养生的风吹到了咖啡界

中式药膳受“90后”追捧

上班族提神醒脑的利器,健身人士抑制食欲的减脂搭档——咖啡已经成为现代人饮品清单中的重要一项。CBNData 调查显示,绝大多数咖啡消费者已经养成每周饮咖啡的习惯,大约25%的“爱咖人士”每天一杯起,饮用时间也从传统的下午茶时段向全时段演变。中国咖啡产业规模正快速扩大,预计到2025年总值将突破3693亿元。

从肉桂到醋栗,从椰子到西梅,探索新奇口味咖啡成为新趋势。同时,养生的风也吹到了咖啡界,将药膳融入咖啡是健康新公式,枸杞、红枣等中式药膳最受欢迎。

品质升级咖啡豆受关注
肉桂新奇口味高速增长

中国青年对咖啡品质的追求不断升级。品质生活大行其道,人们对于咖啡的要求更加精致化,现磨咖啡赛道迎来了爆发。数据显示,现磨赛道规模增速高达28%,超越全行业水平(20%)。以现磨为主的线下咖啡馆数量稳步增加。咖啡爱好者们对咖啡豆的品种、产地、烘焙日期等信息的关注日益增加,深度烘焙和浅度烘焙的咖啡豆都呈现出高速增长态势。

资深饮咖人不光在职场上离不了咖啡,回家也需要用一杯咖啡开辟独处的充电空间。相比整体咖啡人群,居家饮咖人士更享受用咖啡豆进行手冲、自制的过程;他们对于咖啡豆的学习也更为深入,人均“咖啡豆研究生”。居家饮咖还需“利其

器”,43%的居家饮咖爱好者表示已购置相关器具。意式半自动咖啡机成为居家饮咖爱好者的首选,其高品质萃取和高可玩性满足了消费者对咖啡制作个性化和专业化的需求。

在咖啡口味上,新奇口味的探索成为新趋势。果香及坚果甜品依旧是核心增长口味,但市场上也出现了肉桂、醋栗、花椒、干姜等新奇口味,过去一年,添加肉桂的咖啡销售额翻了15倍。口感上,“奶基”参赛者趋向多样化,有椰奶、脱脂奶、燕麦奶及豆奶米乳等,其中椰奶最受欢迎。

药膳闯入咖啡界
枸杞红枣最受欢迎

值得关注的是,养生的风也吹到了咖啡界,超过六成的消费者期待在咖啡中添加健康或功效成分。“药膳+咖啡”成咖界健康新公式,枸杞、红枣等中式药膳最受欢迎,葡萄籽、奇亚籽等西式营养紧随其后。从不同年龄群体的偏好来看,“70后”更偏爱杂粮成分的添加,“90后”更喜欢药膳成分,而“95后”中西营养两手抓,主打一个全都要。

咖啡文化的受众基础日益庞大,“精细化”成为了整个产业最重要的发展趋势。比如咖啡消费群体中有一部分敏感用户,其中,失眠、痘肌以及孕产期女性等人群在社交平台上发布的相关笔记占比最多,他们期待产品中咖啡因含量更低。这样的特殊需求得到关注后,低因和脱因咖啡顺势走红,魔镜数据显示,今年低因咖啡的线上增速高

达20%以上。

越来越精细化、个性化的需求带动了咖啡的工艺、口味、口感不断进阶。比如速溶咖啡一直存在的无法冷热即溶问题,随着冻干咖啡粉、咖啡液等产品形态的出现而被解决。另外,风味不佳也是即溶市场中一直在攻克的难题,研究发现,氮气的加入可减少咖啡氧化,让咖啡实现长效锁鲜。充氮咖啡销售额在过去一年增长超六倍,充氮成为时下最有潜力的明星工艺。

让生活充满仪式感
拍照打卡赋予咖啡社交属性

咖啡还被年轻人赋予了社交属性。从“95后”到“00后”,年轻群体在社交媒体上分享咖啡体验,通过拍照打卡展示个性生活,成为推动咖啡文化发展的重要力量。无论是连锁品牌还是独立店铺,他们更倾向于选择能够提供新奇体验和具有高性价比的咖啡店。

探店是年轻的咖啡爱好者们热衷的活动之一。“95后”偏好享受氛围和出片,“00后”则倾向打卡有性价比和新鲜体验的连锁咖啡店。值得关注的是,在咖啡打卡潮的引领下,市面上出现了“咖啡馆+”生态,与文物、彩票、心理咨询等结合的咖啡馆不断涌现。

大热的户外场景中,一杯精心手冲的咖啡不仅满足了味蕾的享受,也是生活仪式感的象征。社交平台上,“户外咖啡”和“露营咖啡”的笔记量高达154万篇。调研显示,有一半的户外饮咖者会携带齐全的咖啡装备,力求在山野中也能享受到不亚于专业咖啡馆的品质。手冲壶、专业便携式咖啡机、咖啡豆磨具是户外咖啡体验的黄金组合。

文/北京青年报记者陈斯
人民网(来源:北京青年报)