



何止一片金叶，望海“暗香”徐来



甬派客户端记者 龚一鸣
特约记者 蒋攀

“卖好‘明前茶’，收成有保证。”春季，宁海的春茶正氤氲着江南烟雨，也是宁海茶农陈潇榆一年中最忙的时候。清晨摘茶，下午卖茶，半夜炒茶……即将年满60岁的他，顾不得休息一天，正经历着一年一度的“大考”。

据估计，他的700余亩茶园，今年可产茶超4500斤，年销售额突破300万元。“年前有客人提前预订，大多来自宁波周边，冲着‘望海茶’来的。”

俗话说“明前茶，贵如金”。最近，朋友圈被各种细嫩明亮的绿茶画面霸屏。此时的望海茶，存在感非常弱，但其实力又特别强。弱在于，除了市区偶有广告，市面上鲜有望海茶的消息。强在于，大多数宁海茶农销路不愁，有的人只好这一口。

“收益稳定，名气不响。从品质来说，我觉得比有些名气更大的茶更好喝。”陈潇榆一句话，尽显宁海茶农的底气，也道出望海茶“走不远”的现实。

在“酒香也怕巷子深”的互联网时代，在红茶、绿茶、白茶充分竞争的茶叶江湖，“望海茶”要香飘四方，路在何方？

绿叶成金叶 “望海1号”的底气

宁海人制茶，最早可追溯到1208年。

“宁海禅院十一有二……相传开山初有一白衣道者植茶于山中，故今所产特盛……”《嘉定赤城志》的寥寥数笔，可为佐证。

从宁海茶到望海茶，这一步，宁海走了数百年。二十世纪八十年代，在海拔931米的宁海望海岗，全国劳模陈洋珠和村民一起，从5间房子起家，创出宁海人自己的品牌茶——“望海茶”。

“当年，我只有17岁，也跟着别人在生产队承包了一块地，学种茶叶。”40多年前的经历，陈潇榆至今记忆犹新。

“别人有技术、有路子，茶叶能卖到宁波去。我种不好也没门路，很快被市场淘汰。”此后，陈潇榆干过工地、也外出打工过，年少时的“种茶梦”，他一直惦念在心。

“我还是想种茶叶。”十多年前的某一天，陈潇榆向妻子提出了这个想法。“四十多岁了，还吃这苦干嘛？”

虽不情愿，妻子还是支持了陈潇榆的决定。

从茶院镇20多亩茶园起家，如今，陈潇榆的茶叶遍布宁海。

“西边双峰片区300多亩，东边越溪乡220亩，北边茶院镇也有100多亩。”

说起茶叶，陈潇榆滔滔不绝，“每年3月初开始采摘，到谷雨就不采了，之后茶叶达不到我的标准。”

陈潇榆说，他是真喜欢茶叶，“只要干得动，我就一直干下去。”经年累月，过硬的茶叶品质，为他积累了大量“回头客”。“过完年，茶叶批发商就会联系我，今年批发价达到近千元一斤。”

卖高价，陈潇榆自然开心。但最好的茶叶，陈潇榆从不会卖给批发商。每当半夜炒制完，陈潇榆会选出最好的几斤，装进另一个塑料袋。“这一袋，留给‘望海1号’。”

金山六路7号，宁海茶农都知道的地址。这里是宁波望海茶业发展有限公司，这家成立于2000年的企业，专门向全县茶农收购优质茶叶再统一推向市场。

每天清晨，茶农陆续拎着塑料袋聚集于此，工作人员现场取样，将茶叶倒入透明玻璃杯，几十杯茶叶现场比试。香气、颜色、汤色、口味、形状，五个标准，缺一不可。和比武打擂一样，现场出结果，没被选中的茶叶，茶农还要拎回家。

“有几次‘大师’说我茶叶炒太黄了，我气得睡不着觉，半夜新炒一批，第二天早早送去，被收去了才开心。”陈潇榆坦言，与其说卖茶叶，更像是全县茶农“大比武”，这样的选茶模式，在宁海已持续20多年。

“大师”，是宁海茶农对“85后”钟鹏建的称呼。年纪虽轻，却已是浙江工匠、宁波市劳动模范，他是“望海1号”茶叶的最终把关人。

收购现场，钟鹏建会将选中的茶叶，再次分成精品、特级、一级、二级四个等级。最贵的精品级“望海1号”，市场价超过1500元每斤。

“40多年前，陈洋珠老人带着宁海人创制出望海茶，‘望海1号’记忆犹新。

是全县茶农的茶叶优中选优挑出来的，不只为卖高价，这更是宁海种茶人的底气和信心，是望海茶的品质象征。”钟鹏建如是说。

叫好不叫座 金叶的四十“不惑”

“哇，这个茶叶就是上天恩赐的！真的太好了，好羡慕你！”

去年，荷兰籍华人李女士，通过微信朋友圈了解到望海茶，立刻向朋友发语音，希望朋友能让望海茶跨越山海寄往荷兰。

“女儿的大学老师，喝过一次望海茶，后来就爱上了这个味道。”

“我朋友，到美国去工作，还托我买望海茶。”

……
每年春茶采摘季，宁海人都能接到一些朋友委托，购买望海茶送礼或留存自用。

与口口相传给“好评”不同，望海茶的市场份额，多年来不见扩大。“省内市场，龙井占比最高，最近几年安吉白茶异军突起，宁波市内也有奉化曲毫等对手。”钟鹏建表示，从二十世纪八十年代初创至今，已过“不惑”之年的望海茶，遇到了三大“中年危机”——

从规模看，宁海茶叶种植面积5.4万亩，安吉茶叶规模24万亩，杭州更是超过50万亩，由于宁海特殊的自然禀赋，规模难以扩大，茶农增收就有难度；

从品种看，相比于红茶2-3年的保质期，以及越陈越贵的老白茶，绿茶“保鲜期”最短，而杭州龙井，在江浙市场占有率和品牌度较高；

从周期看，望海茶为保证品质，一般仅在春季采摘，而其他地区茶农，会在夏秋季继续采摘，以保证市场供应及经济效益，供应时间短，不利于形成品牌效应。

“我也在研制望海茶新品类，尤其是红茶，希望通过我的努力生产高品质红茶，将它推广到市面上。”钟鹏建说。

半年前，宁海县成立农业发展集团。望海茶成为“头号项目”，也成为副总经理胡伟峰的“头等大事”。

“绿茶市场总体稳定，市场竞争，今年我们推出了全新品牌‘望海峰’，力拼高端市场。”胡伟峰透露，今年第一批“望海峰”已全部售罄。

“品质上优中选优，包装上更加迎合年轻人，并推出60克小包装，第

一批全部卖完了。”此外，“望海峰”还尝试网络销售，在淘宝和京东开出旗舰店，打响品牌美誉度。

茶叶到茶饮 望海峰“暗香”徐来

40多年前，喝茶是当时年轻人的生活方式，陈洋珠跑遍全国取来“真经”，成就望海茶品牌；40多年后，茶饮成为当代年轻人的新选择，胡伟峰渴望在茶饮市场再次“迎难而上”。

“茶叶市场可以说是一片红海，而在茶饮市场里，我们发现一片‘无人区’。”胡伟峰直言，这是一次冒险。

“霸王别姬，是以云南茶饮为特色，原材料来自全国各地。望海茶，想做全国第一个茶叶原产地的茶饮品牌，所有茶叶原材料都来自全县茶农。”

与记者交谈中，胡伟峰拿出厚厚一叠茶饮品牌规划。

“我们已联合国内知名大学，成立茶叶研发中心，联合第三方运营团队，研制推出‘霞客茶’‘福茶’‘养生茶’等六大系列，目标受众就是‘00后’。”

目前，位于宁海西子商圈的品牌首家旗舰店，已进入最后装修阶段。“面积达500平方米，一楼是茶饮，二楼做研发，除了茶饮，消费者还能品尝地道的宁海糕点，希望今年开游节，能让大家喝到宁海本土茶饮。”

最近，“茶饮圈”新闻不断，“雪王”蜜雪冰城成功“登基”港股；沪上阿姨成功取得港交所备案；霸王茶姬境外发行上市获证监会备案，胡伟峰也关注到这些新闻。

“我们背后，是万千宁海茶农，我们想做的，是茶农做不到的事，提高茶农收入，打响望海茶品牌，才是我们的目标。”胡伟峰透露，目前计划在全市范围内开设5家直营店，“如果进一步扩大规模，也会将选址扩大到沿海发达城市周边。”

当“望海1号”的嫩芽在玻璃杯中舒展，当望海茶的茶香飘向年轻群体，宁海茶人用四十余年沉淀的匠心，必将在茶饮江湖劈开一条破局之路。

在春茶季的晨雾里，老茶农的炒锅与研发室的试管共同升腾，望海峰上的茶故事，正等待书写新的黄金章节。

本报讯（记者 杨长乐）4月3日下午，县政协在西店镇举行企情协商厅·政企通会客厅第十二期协商活动，围绕“促进开放包容”主题开展协商交流、建言献策。县政协主席叶秀高，县政协副主席郭汝跃，政协党组成员李文斌参加。

今年，县委提出全面建设“三万三城”，明确要求彰显开放包容的城市气质，持续提升对内对外开放水平。25年前，西店的民营企业家协会包机奔赴广交会，轰动一时。县政协在包机二十五周年之际，将“促进开放包容”定为活动主题，进行深入调研，为打造“三万三城”献计出力。

活动中，政协委员和企业家们围绕大学生返乡创业、企业涉外法律风险、加强企业“走出去”服务支持、企业开拓海外市场、成长型企业发展、外来从业人员的管理和服务、西店新城产城融合发展等方面提出针对性的意见和建议。县经信局、县公安局、县司法局、县商务局、县投促中心等职能部门和西店镇相关负责人当场作出了回应。

在认真听取发言讨论后，叶秀高表示，西店是我县工业重镇，民营经济活力迸发、创新创业氛围浓厚。25年前，西店镇组织企业家包机赴广交会寻商机充分展现了西店“草根突围”的创业文化和“政企共闯”的开放基因，西店民营企业开放包容、敢闯敢干的精神也成了宁海改革开放辉煌历程的生动写照。叶秀高指出，当前，我县正在奋力打造“三万三城”，进一步打开“走出去、请进来”交汇互动、开放包容的城市格局，企业家要不甘“躺平”逆势而上，主动走出去开拓新市场，破解当前发展中存在的困难和问题；企业要坚持持续创造创新，走专精特新发展道路，提升创新能力和专业化水平；政府部门要增强头部企业带动力、提升腰部企业竞争力、激活中小企业生命力，不断优化营商环境、提升安全生产环境，为企业发展壮大提供强有力的支持。

围绕『促进开放包容』主题 企情协商厅·政企通会客厅第十二期协商活动举行



跑在春天里 感受“东美丽”

4月5日，2025宁海东美丽越野赛激情开跑，近750名选手齐聚宁海，在奔跑中感受宁海春日山野风光。据了解，该赛事设25公里挑战组和8.5公里体验组，25公里组为ITRA积分认证赛事，男女前15名直通宁海越野挑战赛CNH-60和YNH-25两个组别。最终，安徽选手张胜以1小时57分25秒成绩斩获男子25公里冠军。

（记者 董俊霖 通讯员 王钰丹 摄）

如何让“读书种子”与“正学精神”老树发新芽？——访南京审计大学司马周教授



记者 颜燕燕

近日，围绕“读书种子方孝孺”的精神传承与当代价值，以及宁海方孝孺名人文化IP打造路径，南京审计大学司马周教授接受了本报专访。作为方孝孺文化的研究者，他从历史溯源、现实需求及创新实践等维度，提出了“读书种子”精神思考与可行方案。

司马周现为南京审计大学文学院教授、古代文学学科带头人。近年来，他致力于方孝孺文化研究，前后发表了多篇文章，系统梳理了方孝孺的文化思想与精神内核。

“方孝孺不仅是建文一朝‘以身殉道’的忠节典范，更是明初浙东学派的精神领袖。他被誉为‘读书种子’，绝非因循守旧，而在于其学问、气节与担当的融合。”司马周结合方孝孺的生平，将其“读书种子”精神归纳为四点：天赋与勤奋并重、经世

致用的学术追求、道德气节的知行合一和文化遗产的使命担当。

对于当代“读书种子”的内涵，司马周表示，“读书种子”从来都不是死读书的人，需要在传统基础上注入创新思维、跨界视野和社会责任感，能够让“老树发新芽”。今天的“读书种子”应是终身学习者、知行合一的实践者、文化自信的传播者，以及公共利益的守护者。他说：“唯有如此，知识才能真正推动社会进步。”

“‘正学精神’是儒家正统学术传统的凝练，而方孝孺正是这一精神的守护者与践行者。”司马周将其概括为三大内核：以道统为根基的学术坚守、经世致用的实践导向、文化遗产的使命意识。

如何让这一精神在当代焕发活力、气节与担当的融合。”司马周结合方孝孺的现代重构，将方孝孺的治理智慧融入社区治理，利用区块链技

术建立经典数字档案库，推动古籍保护与共享；培养复合型人才，借鉴孔子“六艺”体系，构建“通识+专业+实践”教育模式，培育兼具人文底蕴与创新能力的跨界人才；构建公民责任体系，将传统“以道事君”转化为现代公民意识，鼓励学者参与公共议题决策，增强社会责任担当；创新文化传播形式，以短视频解读经典、开发“正学精神”主题剧本杀等沉浸式体验项目，推动传统文化“破圈”传播。

宁海当前正在打造“正学创新之城”，方孝孺文化的深度挖掘与活化利用至关重要。为此，司马周提出了四方面建议：加强文化传承与教育普及，通过编写地方教材、开设专题课程，将方孝孺文化纳入基础教育体系，定期举办文化讲座、读书会、知识竞赛等活动，提高公众的关注度和认同感；推动文化创新与融合发展，开发创意产业，设计制作以方孝孺形象为主题的动漫、游戏、影视作品等，推动文旅融合，通过修复历史遗迹，建设方孝孺文化主题公园、纪念馆，设计特色旅游路线，形成文化消费新场景；强化文化宣传和品牌推广，举办“方孝孺文化节”等品牌活动，借助全媒体矩阵扩大方孝孺

文化的传播范围和影响力，塑造城市文化名片；促进文化实践与社会参与，开展以方孝孺文化为主题的读书征文、道德讲堂等活动，建立多方参与协作机制，鼓励企业、社会组织及个人参与文化实践，形成传承合力。

司马周特别提出，方孝孺的文化开发需守住两大底线。一是尊重历史事实，避免过度娱乐化或戏谑经典；二是传播内容需兼具严肃性与教育意义，注重挖掘历史内涵，不能只停留于表面，同时要兼顾不同受众的接受度。此外，他呼吁要建立理性讨论机制，结合现代价值观，引导公众在争议性话题中形成正向认知，提升文化传播的深度与广度。“传统文化不应止步于博物馆或者典籍中，而应成为流动的基因。”司马周说，“唯有以创新激活历史，以责任守护内核，‘读书种子’与‘正学精神’才能成为推动社会进步的源头活水。”



扫二维码看访谈视频

