

# “泰州早茶”文化旅游的开发与研究

刘静, 吴丹, 马晖, 胡永盛, 朱鹏  
(江苏农牧科技职业学院, 江苏泰州 225300)

**[摘要]**早茶行业是餐饮行业重要的细分业态,早茶文化是泰州独特的饮食文化符号。泰州地区早茶历史悠久,延续至今已有超过百年的历史传承。本文围绕泰州早茶文化产品的发展历程、开发背景、开发现状、未来展望等几个方面,阐述了当前泰州早茶文化产品可持续发展的有效路径,并有针对性地提出了相应的优化对策。通过挖掘泰州早茶文化脉络,可以更好地传承和弘扬传统文化,提升泰州的城市软实力,以早茶文化为载体创新泰州品牌传播,提升城市影响力。

**[关键词]**泰州早茶;旅游;文化

**[中图分类号]** F592.7+TS971

**[文献标识码]** A

**[文章编号]** 2096-711X(2025)15-0119-03

doi:10.3969/j.issn.2096-711X.2025.15.040

**[本刊网址]** <http://www.hbxb.net>

江苏泰州地处长江中下游,环境优美、文化历史悠久,历史与自然在此交汇,传统与现代在此交融。泰州有着江南城市的秀丽,还蕴藏着深厚的历史传统文化,当地人民保留着淳朴的生活方式与热情的待客之道,泰州的美食、美景、人民的热情好客,让到过泰州的游客都能感受到家的温暖,让没有到过泰州的人们憧憬与向往。

泰州地势平坦、水网密布、气候温和、四季分明,得天独厚的自然条件以及浓厚的人文环境造就了泰州本土优秀的饮食文化。泰州早茶文化已有百年历史,早茶文化是泰州城市品牌最直接的文化表现,延续至今生生不息。

据统计,目前泰州拥有超十万的早茶从业人员,泰州早茶文化引起了过百万游客和食客的向往。泰州市现有在营早茶餐饮店5000余家,早茶有150多个品种,每天吃早茶的大约有130万人。当地早茶行业的蓬勃发展带动了农业、食品加工、酒店、住宿、交通、物流等相关产业联动发展,提振了社会经济。

## 一、泰州早茶文化传承

泰州地处里下河的鱼米之乡,历史上泰州城的稻河湾两岸经济繁荣、水路陆路交通方便。泰州因为濒临黄海,辖地广阔,拥有众多官办盐场,因此有“天下盐税,两淮居半,两淮盐税,泰州居半”之说,泰州作为盐、粮食等物资集散的中心之地,南来北往的盐商、粮商聚集于此,小小的茶馆便是商贾议事、百姓闲谈以及游客解乏的好去处。饮茶配茶点的习俗渐渐流行,形成了当地独特的早茶文化。泰州早茶不仅仅是当地的一种饮食习惯,更是一种沿袭千百年的文化习俗。

早茶是一天清晨的美好开始,同时还具有社交属性,文人雅士、挚友相邀、饮茶对诗,留下了许多名言佳句。相传泰州乡贤郑板桥在考中进士后欣然写下“青菜萝卜糙米饭,瓦壶天水菊花茶”的诗句,成就了泰州早茶的一段传奇。清朝道光年间泰州诗人朱徐庭也有“夺魁品罢雨前茶,楼开绿雨试新茶”的描述。泰州的茶馆期初可能只是单一经营清茶,

后来又推出了茶点、干丝等并逐步演变成了现今泰州早茶的雏形。

我国早茶文化的代表区域分别是扬泰地区和广东地区,江南早茶和粤式早茶各具特色并不断演变迭代。扬泰地区有句俗语:“早上皮包水,晚上水包皮。”其即指早上肚皮包着茶水,意为通过品味早茶以及茶点,唤醒美好一日;晚上泡澡除尘,除去一身疲惫。这种惬意的生活习俗与泰州学派的创始人明代思想家王艮主张的“百姓日用即道”不谋而合,其中的“道”说的就是安享生活之道。意大利人马可·波罗在来到泰州之后流连忘返,留下了“这城不大,但尘世的幸福极多”的感慨。时光变迁,虽历经岁月沧桑,但在泰州这座古城中浓浓的人间烟火味一直氤氲至今,拂之不去。

近年来,泰州文旅重点打造的就是水城慢生活,泰州旅游的宣传文案比如“泰州早茶,早来泰州”,“泰州太美,顺风顺水”,“水城慢生活,尘世幸福多”“初来乍到,邂逅泰州,发现更懂你的美好”等,聚焦的就是放慢节奏,品味生活,让人在忙碌中,驻足片刻体会身边的美好,找寻内心的那份舒适和恬静。历经百年发展,泰州知名的早茶店比比皆是,泰州宾馆、古月楼、清风茶社、会宾楼、茗者居、皮包水茶楼都在继续书写着泰州早茶的美好篇章。

## 二、泰州早茶文化特点

扬州早茶闻名遐迩,泰州早茶也毫不逊色。泰州早茶品种多样,组合无穷,最为经典的几道简单概括为“一茶一面三点”:茶是清茶和烫干丝;面是鱼汤面;三点是蟹黄包(蟹黄汤包)、烧卖以及蒸饺。早茶的茶水有免费的绿茶、红茶、花茶、大麦茶、苦荞茶等;茶点则有面点、冷菜、干丝、蛋类、饼类、粥类等;做法有蒸煮、煎炒、烤炸等。

泰州早茶中备受食客推崇的是蟹黄汤包、鱼汤面以及烫干丝。蟹黄汤包以面粉、蟹黄、蟹肉棒、猪肉、鱼肉、虾肉、猪皮冻等作为主要食材制作。蒸熟的汤包外皮雪白晶莹、薄如蝉翼、吹弹即破、汤清不腻、馅鲜味美;蟹黄汤包的吃法也颇

收稿日期:2025-1-10

基金项目:本文系2021年江苏省高校哲学社会科学研究一般项目“乡村振兴背景下的乡村旅游发展路径研究——以江苏省苏中地区为例”(项目编号:2021SJA2172)。

作者简介:刘静(1982—),男,江苏南通人,江苏农牧科技职业学院副教授,主要从事高等职业教育、现代农业研究。

为讲究,用吸管吸取鲜美汤汁之后,然后将薄皮蘸醋食用,也可用牙齿将薄皮咬出缺口,然后吸干汤汁食用。泰州鱼汤面的特点是汤白质浓、滴点成珠、清爽可口、营养丰富,鱼汤面的精髓在于汤的制作,面汤由鱼头、猪骨、黄鳝鱼骨、小鲫鱼等反复熬煮,并佐以虾籽、料酒、姜葱烧透而成,再加入煮熟的面条,撒上葱花——一碗正宗的鲜香鱼汤面即成。食客先喝上几口浓汤,再吃一口柔和且筋道的面条,神清气爽。泰州干丝选用优质豆干而非百叶,豆干用月牙刀片成薄片,再斜切成细丝,薄如纸张,细如发丝。干丝制作的关键是“烫”:干丝于锅中煮沸后,倒入碱水缸中浸泡,浸泡时间严格掌握,再反复烫上三次,沥干水分,置于盘中;再用芽姜切成细丝,覆于盘顶,洁白的干丝与金黄的姜丝拌和之后,黄白相间,佐以一小撮虾米、香菜、胡萝卜丝、花生米、榨菜丁,用酱油搅拌,点缀本地小磨麻油,齿颊留香、美味隽永。

泰州早茶价格亲民,除了蟹黄汤包、蟹黄肉包等以及包厢消费外,多数的茶点价格都比较适中亲民,普通的茶水免费,烫干丝在五元左右,鱼汤面在七八元左右,再加一只包子或煎鸡蛋,合计十五元左右。如果是商务套餐或是包厢,一般早茶的价格在50元/客到100元/客,仁者见仁智者见智,消费者可以自己选择。

### 三、泰州早茶文化产品开发现状

#### (一)泰州早茶文化的产品体系

泰州早茶主打的几个产品都是面食类、高碳水类、高能类,且料足量大,体验早茶的游客往往吃完一两个包子便已饱腹,鱼汤面和干丝等可能也无法多尝,甚至吃完一餐泰州早茶,都不想中餐。随着社会的发展,食客从吃得饱到吃得好,再到吃得健康,健康饮食尤为重要,食客选择也开始回归绿色自然。当前,部分泰州早茶普遍存在着茶点规格、用料等不符合现代健康消费习惯的问题,早茶馆应积极顺应健康理念和年轻人眼光,建立起“泰州早茶”多元化、多层次的健康产品体系。传统的泰州早茶中比如糯米荤油烧卖、荤油干拌面、三丁包子等相对油腻的茶点也应更新迭代,顺应素食化、轻量化趋势,创新原料配方,探索轻量化包装,开发更多健康养生的产品。

#### (二)泰州早茶文化的内涵挖掘

泰州早茶历史是本地饮食文化中一条值得关注的重要脉络,体现了泰州悠久的传统饮食文化。作为泰州饮食代表的早茶文化,仅以其独特的口味不足以吸引游客,更难以推动泰州的旅游产业建设与发展。说起泰州市的早茶店,大多游客都是根据各种推广引导去品尝早茶,吃完即走。当前泰州比较知名的会宾楼、古月楼、泰州宾馆、留芳茶社、一枝春、富春等茶社各有千秋,但是相较于扬州的富春、冶春等品牌,泰州早茶需要进一步提升产业规模化、标准化、品牌化。

同时,就泰州早茶产品本身而言,也应加强文化溯源,比如茶点的由来、早茶与名人故事、茶点的制作与原材料等,要让客人既能直观地了解茶点的由来、工艺、原料,同时还能勾起客人的食欲。泰州早茶与其他地域饮食文化最大的不同,就是吃茶文化,“吃早茶”早已不是单纯的指喝茶这个范畴,而应成为展示本地传统饮食文化的一种手段。

#### (三)泰州早茶的文化体验

人们对一座城市的美食向往,也是对这座城市文化奔

赴。泰州早茶应跳出早茶束缚,将早茶品牌视为载体,将早茶文化与泰州的地域特色、人文资源等要素结合,进一步丰富消费场景,延伸消费链条,打造更多沉浸式、体验式、互动式文化消费新场景。后疫情时代,人们的生活理念、消费理念和价值理念都已发生转变,人们更加推崇修身养性、追求文化体验。将泰州早茶文化产业作为旅游产业的重要组成部分进行探索和实践已时不我待,早茶餐馆不止于向食客、游客提供美味的食物,而应实现早茶文化由简单的“吃、住、游”向城市文旅的“品、享、忆”飞跃。

#### (四)泰州早茶文化的营销推广

近年来泰州市在“泰州早茶”品牌推广上多措并举,取得了较好成效。但是在“泰州早茶”品牌认识上,对“泰州早茶”作为城市IP的品牌价值及其引流和产业拉动作用还需强化。泰州早茶历史悠久,宣传渠道仍不够广泛,消费群体本地人居多,让外地游客知道并了解是大势所趋。在自媒体繁荣、信息化发达的现代社会,在多个城市以烧烤、冰雪世界、麻辣烫等火爆出圈的背景下,“泰州早茶”必须依靠久久为功的宣传带动流量突破,尽快将泰州早茶品牌打造出圈,带动泰州城市形象整体提升,进而促进经济社会全面发展。

### 四、泰州早茶文化旅游产品开发对策

#### (一)顺应消费习惯,优化泰州早茶产品体系

泰州早茶产品应积极对接现代健康理念,对早茶产品的品种、规格、用料等进行创新,顺应素食化趋势,探索轻量化包装,吸引年轻化群体,打造“泰州早茶”多元化、多层次产品体系。在健康饮食、素食化的背景下,泰州早茶可以创新原料配方,开发更多健康养生的素食产品,部分门店推出了秧草包、素菜什锦包、糍子粥等新品,部分门店用植物油替换了荤油。还有一些门店正在尝试轻量化路线,包子变小了,面条下少了,同时价格也降低了;还有一些门店将原来一屉4个同样的包子更新为一屉4个不同的面点,让食客们有更多的选择。

年轻人市场是泰州早茶待开发的一个巨大群体,年轻人的生活节奏较快、时间紧张,无暇细品。泰州早茶可以积极尝试开发年轻人钟爱的早茶品类、外卖早茶套餐等,适当增加咖啡、奶茶等时尚元素,再配以独特包装,必将打开一片新市场,也会让“泰州早茶”品牌更加深入人心。同时,泰州早茶也应跳出早茶的范畴,将产品矩阵进一步丰富,持续优化泰州餐饮的产品系列,进一步梳理泰州传统美食,比如梅花糕、臭干、虾糍、茄饼、回卤干等,整合推出茶点精选套餐。

#### (二)紧扣城市主题,挖掘泰州早茶文化内涵

优秀的文化需要传承,泰州早茶在传播美食文化的同时,也在传递旅游特色文化信息和传承当地优秀的思想精神。随着时代的发展以及社会的进步,人们的物质条件明显得到提高,对于精神文化的需求也与日俱增。体验式旅游已然发展为旅游的一个热门趋势。泰州早茶文化产业作为当地旅游产业的一个重要组成部分,应该深挖早茶内涵,提升吸引力。早茶店不应只向食客、游客提供美味的食物,更应发掘泰州早茶中一些茶点小吃的背后故事,赋予食物以内容故事,挖掘臭干、馄饨、烧饼以及猪头肉、卤牛肉、麻辣鹅、酱鸭等话题概念,拓展食物的文化价值。

泰州早茶的文化挖掘可以由政府牵头、行业协会推动,

通过举办诸如早茶论坛、早茶产业博览会等活动提升泰州早茶的知名度,扩大泰州早茶文化的影响力;通过制定早茶标准,打造早茶主题街区、成立早茶集团等方式,稳步推进了泰州早茶产业化发展。泰州早茶是泰州“尘世更幸福”的体现,游客初到泰州,可以体验典型的泰州早茶制作,制定经典的早茶体验DIY项目;也可以由厨师带着游客同包蟹黄汤包、制作烧卖、烹煮干丝等简单的茶点制作过程,加深游客的泰州早茶体验,满足游客的猎奇、求知需求,让早茶文化变得可见可亲可体验。

### (三) 依托泰州旅游文化资源,做强泰州早茶品牌

泰州的历史上名人辈出,比如王艮、郑板桥、梅兰芳等,可以考虑以“泰州早茶”为起点,开发溯源泰州“民本思想”,品味泰州美食的文化之旅。在泰州早茶的浓浓烟火气中,折射出王艮“百姓日用即道”的民本思想、“一枝一叶总关情”的人民情怀、“以人为本”的科学发展观。也可以整合相关的早茶街区,将郑板桥纪念馆、泰州学派纪念馆、望海楼等旅游资源进行科学串联,打造以“泰州早茶”为载体的研学线路。在品味泰州早茶中,与历史对话,感悟传承千年的民本思想。针对青少年群体,可以与一些学校建立早茶制作体验项目,让学生通过手工实践等了解当地早茶文化的起源,加深对当地传统饮食文化的印象。梅派艺术的创始人梅兰芳先生是泰州人民的骄傲,可以考虑在梅兰芳纪念馆、评书评话馆等文化场所适当植入早茶文化,推进“泰州早茶”与戏曲、评话等泰州特色文化艺术形式相融合,提供“品早茶、赏戏曲、听评话”等沉浸式体验。

泰州地区同时也是黄桥战役、渡河战役和新四军苏北司令部旧址,在这里,党和人民群众紧密相依,建立了抗日根据地,先后赢得了抗日战争和解放战争。泰州地区红色资源具有很高的文化价值,可以塑造成为良好的红色文化资源,让红色基因代代相传。可以着重打造以“红色基因”为主题的茶社,让游客既体验到泰州早茶的美味又得到精神的洗礼。

### (四) 加强泰州早茶宣传,打造城市名片

近年来随着“淄博烧烤”“冰雪哈尔滨”等火爆出圈,其多途径、多平台的宣传功不可没。酒香也怕巷子深,新媒体时代,泰州早茶推广要重点关注直播、网红带货等形式,在抖音、快手、小红书、B站等平台开通账号,邀请网红博主、演艺明星、美食作家等常驻泰州,打造新媒体宣传矩阵,在“坡子街”等地方知名平台,推出一系列泰州早茶文化专题等。在全国一线城市及泰州周边重要城市建立泰州早茶体验中心,实现早茶“走出去”、游客“走进来”。进一步挖掘“泰州早茶”的文化底蕴,建立人与早茶之间的情感纽带,广泛征集适用于泰州早茶的朗朗上口的宣传口号,提高公众对“泰州早茶”文化认同度。

人间烟火气,最抚凡人心。做强“泰州早茶”品牌,延展泰州早茶文化,我们必须准确把握“泰州早茶”文化的来龙去脉,不断挖掘“泰州早茶”品牌内涵,不断拓宽“泰州早茶”品牌延伸,加快形成以“泰州早茶”为抓手,打造“泰州太美,乐享泰州”的城市文化品牌。

### 参考文献:

- [1]王赛时. 运河饮食文化的历史成就与现代风貌[J]. 扬州大学烹饪学报,2011(2):1-8.
- [2]史涛. 饮食文化旅游产品开发体系探析[J]. 扬州大学烹饪学报,2012(4):55-59.
- [3]杨丽. 试析饮食文化旅游资源的开发[J]. 学术探索,2001(11):67-70.
- [4]熊海峰. 推进大运河文化带建设的对策探析[J]. 文化研究,2017(10):43-45.
- [5]王龙. 解码泰州早茶文化[J]. 泰州职业技术学院学报,2024(1):1-6.
- [6]杨美霞. 休闲旅游产品内涵建设与层次提升——以江苏泰州为例[J]. 社会科学家,2015(7):91-95.

## Development and Research of “Taizhou Morning Tea” Cultural Tourism

LIU Jing, WU Dan, MA Hui, HU Yong-sheng, ZHU Peng

(Jiangsu Agri-animal Husbandry Vocational College, Taizhou Jiangsu 225300, China)

**Abstract:** Morning tea is an important sub industry in the catering industry. The Taizhou area of Jiangsu Province has a long history of morning tea, and the morning tea culture is a unique symbol of Taizhou's culinary culture, which has been passed down for over one hundred years. This paper focuses on the development process, background, current situation, and future prospects of “Taizhou Morning Tea” cultural products. It elaborates on the sustainable development path of “Taizhou Morning Tea” cultural products and proposes targeted optimization measures. By exploring the cultural context of “Taizhou Morning Tea”, we can inherit and promote traditional culture, enhance Taizhou's urban soft power, and innovate Taizhou's brand communication through “Taizhou Morning Tea” culture, which is a cultural inheritance and development.

**Key words:** Taizhou Morning Tea; tourism; culture

(责任编辑:桂彬彬)