

泰州早茶现状分析及发展思考

田 力

(泰州职业技术学院, 江苏 泰州 225300)

摘 要: 饮食文化在中国上下五千年的历史文化中占据着不可缺少的重要组成部分。早茶, 亦是中国饮食习俗之一。饮用早茶的习惯多见于中国南方地区, 尤其是江苏扬泰地区和广东。中国的早茶文化也据此分为两脉, 一是以扬州、泰州为起点的江南早茶, 起源于清朝中期, 产品主要以面点小食为主; 二是以广东为起点的广式早茶, 起源于清朝后期, 产品主要以茶点为主。本文以江南早茶中的泰州早茶为研究对象, 分析其发展中的优势和不足, 以求能探讨出一条适合泰州早茶的发展路径。

关键词: 泰州早茶; 现状; 发展

一、泰州早茶源起

泰州 (Taizhou), 简称“泰”, 有着 2100 多年的建城史。因地处长江尾闾、淮河下游、大海之滨, 秦称海阳, 汉称海陵。南唐时设为州治, 取“国泰民安”之意, 始名泰州。泰州境域内没有山, 只有水, 并且是一个汇聚江、淮、海三水的特殊之地。特殊的地理位置和自然条件给泰州带来了繁荣和富庶, 汉代, 吴王刘濞曾经在海陵煮海为盐, 泰州逐渐成长为全国重要的盐业生产地和集散地。隋唐时期, 伴随着扬州城的兴盛, 泰州也一跃成为东南都会。宋元时期, 泰州成为通江达海的水陆要津, 长江上游的船只大多在此停靠转运, 并由此出入东海。泰州城内的稻河成为当时泰州及附近地区运盐、运粮、运茶叶果实等商贸活动的重要通道。稻河两岸集中了近 3000 家粮行、油坊和栈房。清初, 商贾士绅、贩夫走卒, 都喜欢找个茶馆小憩闲谈。晚清, 随着泰州河运粮盐与茶叶交易的兴盛, 茶馆从最初只售卖清茶, 逐渐转变为售卖各式包子、烧饼、馄饨、煮干丝、鱼汤面等美食, 由此形成了种类丰富的早茶文化。

二、泰州早茶的种类及特色

传统的泰州早茶被归纳为“一茶三点一面”而广为流传。“一茶”就是一杯茶和一份烫干丝, 一份烫干丝叫一个茶头。泰州早茶中的茶也是独有特色^[1]。这种茶用安徽魁针、珠兰和杭州龙井掺和配制, 取名“福香”茶。

泰州干丝是由苏中名厨邢桂森研创的, 讲究的是切工。“烫干丝”的制作要依赖酱油、水、糖、盐等调料的调和, 再撒上姜丝、香菜、胡萝卜丝、花生米、榨菜丁等。

“三点”说的是包子、蒸饺、烧卖这三种泰州著名的早点。蟹黄大包、虾仁蒸饺、秧草烧卖正是其中的佼佼者。

“一面”说的是鱼汤面。鱼汤面的鱼汤是十分讲究的, 凌晨两三点就开始熬制, 步骤也相当复杂。

近期发布的泰州早茶系列地方标准《泰州早茶品种》对泰州早茶进行深入梳理, 将泰州早茶大致分为茶 (饮品)、冷菜、干丝、面点、面食、蛋类、饼类、粥类等 8 大类别。与其他地方的早茶相比, 泰州早茶有‘四鲜’特色, 即鱼鲜、虾鲜、蟹鲜、蔬鲜。

三、泰州早茶现状分析

如今, 泰州早茶不只是为谈生意而存在, 也成为百姓日常生活中的一部分, 在泰州, 售卖早茶的店铺早已遍布大街小巷, 据有关部门统计, 全市的早茶店有 15000 多家。无论在星级酒店的餐厅、还是深巷里弄的排挡都有泰州早茶的影子, 更不用说是特色的早茶店了。众食客吃货更是能在品尝之余评出个一二三等出来。早茶的品种也是越来越丰富多元, 在传统的“一茶三点一面”以外, 早茶品种已经多达 150 余种, 干拌面、鱼汤馄饨、虾籽馄饨、千层油糕、大煮干丝也大受

作者简介: 田力(1981-), 女, 硕士, 讲师, 研究方向: 旅游管理、酒店管理。

欢迎。更有店铺将广式早茶中的蛋挞、甜品、汤羹等列入了菜单当中。仅 2023 年第一季度，泰州各早茶店接待的顾客量达到 118000 人。

同时，泰州政府及文旅部门对早茶的品牌和文化的挖掘也越来越重视，泰州早茶日渐成为泰州对外交流的一张重要名片。2020 年 6 月，泰州早茶集团成立，推动泰州早茶的特色餐饮化经营。2020 年 9 月，首批 14 家早茶标准示范店获批并公示，泰州早茶经营走向标准化规范化的道路。2020 年 10 月，国内第一家系统展示早茶文化的专业博物馆——泰州早茶博物馆开馆，它将泰州早茶有关的文物资料和科普体验相结合，分为早茶起源、早茶老字号、早茶典故、早茶饮食等展区，梳理了泰州早茶发展的脉络。2021 年 3 月 15 日，泰州市早茶产业发展协会成立，引导早茶企业凝心聚力，共同发展。2021 年 10 月，泰州市市场监督管理局发布了 15 项泰州早茶系列地方标准，标志着泰州早茶标准体系初步建立。2021 年 11 月起至 2023 年 5 月，泰州早茶集团先后在北京、上海、南京开设了泰州早茶和泰州菜专营店，泰州早茶品牌逐步走出泰州，迈开连锁化经营的步伐^[2]。

为了更深入地了解泰州早茶的发展现状，课题组做了一份“关于泰州早茶的调查问卷”，由于时间有限，共发出 80 份问卷，回收到的有效问卷 47 份。课题组对问卷的调查结果进行分析得出以下结论：

第一，参与调查的人员有学生、本地在职人员、本地退休人员、游客等。其中 19 岁—25 岁的受调查者共 31 人，占 65.96%，35 岁以上的受调查者共 11 人，占 23.4%。说明调查对象的年龄偏年轻化，泰州早茶已不仅仅是父母长辈的专属，年轻人和外地人也逐渐成为泰州早茶的受众。

第二，在针对“泰州早茶的获知渠道”的多选回答中，55.32% 的人选择了通过媒体宣传获知，51.06% 的人选择了通过朋友介绍了解，也有 25.53% 的人群是由亲友长辈带领，12.77% 的人由酒店早餐推荐获知，还有 4.26% 的人是通过旅行社安排而了解体验泰州早茶的。说明泰州早茶对外的宣传营销已经有所成效，有更多的人了解到了泰州早茶，当然也还有进一步扩大宣传的空间。

第三，调查中发现，受调查者中有 21.78% 的人经常吃早茶，而其余的 78.72% 的人不经常吃早茶，虽然从数据显示，经常吃早茶的人并不多，但是从进一步的回答中了解到导致不经常吃早茶的原因主要集中在“上班、上课，时间不允许”，有 83.78% 的人选择了这个答

案。部分人认为是“需要等位”影响了他们的选择。此外还有少量的人认为“浪费时间”“不喜欢”“老年化”。种种这些都说明：要使得泰州早茶被各年龄层次的顾客所接受，就需要对产品进行创新，对服务进行升级。

第四，再看经常吃早茶的 10 人中，有 7 人是和长辈一起去的，5 人认为“早茶种类多，本身喜欢吃”，此外有 3 人认为“早茶即日常早餐，必须天天吃”，还有 3 人认为吃早茶是为与朋友聚会而吃。从这个数据也可以看出，泰州早茶在人际交往、维系情感方面起到很大的作用，甚至有人已经产生了对泰州早茶的忠诚度。

第五，在“期待的早茶就餐环境空间”的问题中，有 61.7% 的人群选择了“特色早茶店的包厢”，16% 的人群选择了“早茶店的大厅”，同样也有 16% 的人群选择了“酒店的餐厅”，说明大多数的人还是希望在家以外的固定室内空间用餐，既能享受到相应的服务，也有可见可选择的就餐环境。可以看出大众对就餐环境的要求和重视。同时，在答卷中有 25.53% 的人选择了“游船”这样的就餐空间，说明新颖的就餐空间和就餐形式对就餐者具有一定的吸引力。当然也有极少部分的人选择了“自家餐厅”。

第六，在回答“早茶是否应该适应现代化的生活节奏”这个问题时，74.47% 的人认为“有必要”，同样当问及“是否期待一份便携早茶，是否购买”时，63.83% 的被调查者选择了“期待，会购买”，说明顾客也同样关注就餐的时间和时长。

第七，在针对“一次早茶的消费是多少”这个问题中，有 63.83% 的受调查者选择了“人均 20—50 元”，17.02% 的人选择了“人均小于 20 元”，只有 6.38% 的人选择了“人均 100 元以上”的答案，其余的 12.77% 的受访者选择的是“人均 50—100 元”，可以看出目前早茶的人均消费不高，餐饮收益有限。不能调动更多的单位投入到早茶的生产销售和创新发展中来。

四、泰州早茶发展对策思考

结合泰州早茶的现状及消费者的调查分析，对泰州早茶的发展提出以下建议：

（一）确保菜品品质

早茶作为一种饮食，首先必须确保其食材和原料的干净卫生。随着越来越多的单位经营、售卖早茶，市场监督管理部门、卫生部门等相关部门需协同开展检查监督，从源头确保食品的安全品质。其次，政府部门号召当地早茶标准示范店带动其他中小店铺、门店，在生产制作中严格遵守已出台的 15 项早茶地方标准，形成合力，塑

造出“泰州早茶”特有的整体品牌形象。

（二）优化产品结构

首先，结合大多数消费者更愿意在外吃早茶，确定早茶的主要就餐形式是堂食，再结合就餐人数和就餐目的，可以将就餐场地分为零点大厅和特色包厢。同时，针对泰州“水城慢生活”的旅游品牌，如果将早茶搬到游船上，既可以让顾客品尝到泰州早茶的美味，又能欣赏沿途的美景，体验闲适的慢生活。结合不同的就餐场地明确各自的餐点品种和消费档次，顾客（特别是外地客人）便能更快速更有针对性地选择到自己所需要的产品，从而也能提升早茶的销售收入。比如打造出不同场景的特色主题包厢，除了提供早茶餐点以外，每个包厢还提供与场景相适应的服饰共就餐者穿着体验，拍照打卡。此外，有条件的酒店餐厅还可以将早茶中的部分餐点列入午餐或晚餐的菜单当中。比如烫干丝可以变身为正餐中的冷菜，大煮干丝可以作为热菜、头菜，各式包子、烧饼可以作为点心，鱼汤面也不失为正餐中一种具有当地特色的主食^[3]。

（三）提升服务水平

和其他餐饮产品一样，早茶的服务态度、服务效率、服务方式等都影响着泰州早茶的口碑和质量，要提升泰州早茶的影响力，不仅从早茶生产的源头和技艺出发，还要提升早茶服务的水平。首先政府要出台相应的机制，鼓励餐饮单位强化对早茶从业人员的培训。不仅要有服务标准、服务流程的训练，也要有早茶知识、泰州地方文化的熏陶，更要涉足消费心理学的内容，只有了解顾客的心理才能给顾客提供满意的服务，也才能满足顾客对早茶的情感依赖，延续对早茶的忠诚。比如可以结合消费者的年龄和就餐目的来布置就餐场地，选择与之适应的餐具。结合消费者的人数给予点餐的数量和种类建议。根据消费者的就餐速度控制餐点出品的速度，征求顾客的意见和建议等，创造出有“温度”的服务。其次，制订评分标准，通过顾客打分、同事打分、领导打分选出优秀的员工，从而带动全体员工努力

争优。同时，鼓励员工参加各级各类的比赛，一方面能发现自身不足，另一方面也能提升优秀员工的自信和工作积极性。最后，由当地餐饮协会等相关部门牵头组织本地早茶单位分类有序地外出学习交流，吸取其他地方（比如与泰州早茶同属一派的扬州早茶）的经验。

（四）传承制作技艺

泰州早茶的精华还在于独特的制作技艺，这是区别于其他地方早茶的关键所在。比如干丝的制作技艺、干拌面的加工制作、福香茶的调配冲泡等等。这些传统的制作技艺只有不断地传承下来并传播出去，才能让泰州早茶保持长久的生命力。早茶经营单位在售卖早茶产品的同时，可以开展消费者体验活动，让消费者切身感受早茶的生产制作过程。更可以设计成研学产品，走进学校。也可以走进社区开设讲座、培训，让更多的人了解它熟悉它，进而成为早茶文化的传播者^[4]。

（五）丰富营销手段

泰州早茶在营销上面已经做出了一系列的举措，消费者可以从电视、广播、报纸这些传统的媒介中了解泰州早茶，也可以从当地文旅部门和一些早茶经营单位发布的视频号或抖音号获知。每年的早茶集市活动能吸引更多的当地人及外地游客品尝体验泰州早茶，了解早茶文化。“泰州早茶”店陆续在其他城市立足。在此基础上，需要进一步通过开展“走出去，请进来”的活动扩大泰州早茶的影响力和辐射范围。此外，可以结合泰州旅游设计出一些以早茶产品为主体的旅游商品或旅游纪念品，既可以作为馈赠给亲朋好友的礼物，也可以留为自用。经过自家厨房的二次加工，获得不出门就能品尝泰州早茶的体验，也消除了很多人“浪费时间”方面的顾虑。比如开发“泰州早茶系列包子”产品，通过保鲜技术开发出泰州鱼汤面的半成品，尝试“福香茶”的商标注册及生产^[5]。

泰州早茶不仅仅是早餐餐点，它是泰州餐饮文化中的一员，是传统技艺的传承，也是泰州人的生活方式，发展和弘扬泰州早茶为泰州建设添砖加瓦。

参考文献

- [1] 360 百科词条.
- [2] 田力. 关于泰州早茶的调查 [R].
- [3] 市文旅集团推进“泰州早茶”产业化发展 [N]. 泰州日报, 2022.
- [4] 马亚美, 杨璐, 蒋钦允, 龚心叶, 郑倩雨. 扬州早茶早茶文化研究 [J]. 文艺生活, 2017(9):124.
- [5] 泰州市成立早茶产业发展协会 [A]. 新浪网, 2021-3-17.