

约访黄刚时，他正计划招待专程从美国赶过来“拜师学茶”的一家三口。说“拜师”并不为过，因为黄刚现在走到哪儿都被称为校长——“黄普茶校”的校长。这响亮的名号源自他姓黄，又专攻普洱茶。“黄普茶校”是他在普洱茶最低迷的时候提着行头奔走于全国各地开办的普洱茶讲习班，如今在业界已经举足轻重。

黄刚对普洱茶有着自己独到的解读。他不局限于茶，而是着眼于人，那是他自成一家的体系。普洱茶的脉络在氤氲的茶香中逐渐清晰。

## 黄刚：“黄普茶校”校长的普洱哲学观

微博上的粉丝们这样评价黄刚：“普洱界的腕儿。”上世纪60年代生人的他，做过电气工程师，喜茶的同时喜音乐。这个军龄20年、具有中校军衔的转业军官，如今是如痴如醉的普洱茶人、中国茶叶流通协会普洱茶专业委员会副秘书长。

他会因为得到一饼好茶而大哭一场，会拿价值近万元的老茶来培训员工。“茶做得再好也不能算是人生最重要的东西。”黄刚说。不以普洱茶论普洱茶，融汇经历、感悟与艺术才是普洱茶的应有之意。

### 看市场 析乱象根源

北京商报(以下简称“商报”)：各种茶里，普洱茶可以说是故事最多的一个，多伴着“乱象”、“天价”、“爆炒”。您认可这样的描述吗？普洱茶为何给人如此不可捉摸的印象？

黄刚：以茶论茶看市场，如同身在庐山，难识其真面目。惟有跳出市场才能见脉络，才能看清走势。围绕普洱茶有三类人。一是从事生产、流通的普洱茶商；二是普洱茶的爱好者、发烧友；三是从事普洱茶文化研究的茶文化学者。三者各有所长、各有侧重但又有交集。三者同步，普洱茶才会健康发展。而同步前提是必须搞清楚各自的立足点，站稳才谈得上发展。茶商须搞清普洱茶的核心竞争力。目前，普洱茶营销推广一路甩出的“养生牌”、“文化牌”、“升值牌”，其实都没有找准这个核心竞争力；品鉴普洱茶的爱好者须搞清楚普洱茶分类及各类的品饮标准。好茶好在哪里又贵在哪里？这是不被商家忽悠，不靠耳朵买茶的前提；茶文化学者则须搞清普洱茶的美学基础，惟有如此才谈得上普洱茶文化的传承和发展。

邓时海教授提出，普洱茶应该是“越陈越香”。追踪市场乱象根源，其实就在于对这4个字的曲解和误解。我可以说是北京普洱茶发展历史的见证人。

2004年及以前，北京很少有人消费普洱茶，2005年普洱茶市场起步，2007年达到顶峰，随后便和全国市场一起跌入谷底。在那3年时间里，普洱茶市场得到了前所未有的拓展。没有那3年的发展，我们可能至今没有理由来谈所谓普洱茶市场。

市场升温过快，从商家到消费者都完全忽略了普洱茶需要陈化，而陈化需要时间和环境条件这些最起码的基本常识。违背客观规律做事情就一定会受到客观规律的惩罚。

商报：现在知道普洱茶的人很多了，喝普洱茶的也不少。普洱茶的春天回来了吗？

黄刚：北京的普洱茶市场其实还在蹒跚中前行。究其原因，主要是前些年就已经暴露出的阻碍市场健康发展的因素依然存在。

普通消费者对普洱茶的认识还远远不够。跟五六年前相比，知道普洱茶的人的确多了，但能讲出什么是好普洱茶的人仍然不多；知道喝普洱茶有好处的人多了，但知道到底好在哪里的人并不多。

同时，绿茶、乌龙茶不断出招巩固其既有市场并夺回失地，黑茶、红茶等新消费热点也在一定程度上分流了新的品茶爱好者。而前些年充斥市场，又不能代表普洱茶消费特点的普洱茶品依然存在，客观上让普洱茶在消费者心目中失了分。

商报：目前大益、七彩云南的产品很抢手，商超铺货很广，似乎销量不错。

黄刚：茶市的繁荣就像合唱。在一个合唱节目中长时间只有一个人独唱或者领唱，这个作品一定有问题。完全依赖单位团体采购或者把普洱茶当成礼品茶来做、来销售也是有问题的。普洱茶的未来会分两条路来发展，一条是有着丰富的文化附加值的高端品鉴普洱茶，也就是“琴棋书画诗酒茶”的“茶”；一条是做快消品，也就是“柴米油盐酱醋茶”的“茶”。

### 闻茶香 看普洱底蕴

商报：您上学、当兵、搞尖端科技，现在是在普洱茶商。这样的经历用当下的词儿来形容就是很“穿越”。怎样与普洱结缘，又为何如此偏爱？

黄刚：我在2004年第一次喝到普洱茶。那时接触普洱茶是因为开茶馆，广泛接触普洱茶商。遗憾的是，当时北京普洱茶商基本没有真正懂普洱茶的，花了巨额学费却学不到东西也就成了必然结果。我可以说是北京较早为普洱茶交学费的那批人之一。

在最困惑、最无助的时候，我碰到了何作如先生，并结识邓时海、白水清、周渝等普洱茶界前辈。在这些前辈大师那里，喝到了不少代表着普洱茶真谛的50年以上陈期的老茶——红印、蓝印、红铁、蓝铁、福祿贡、江城号、末代紫、宋聘号、福元昌号、永利昌号等。何作如先生还把他多年琢磨研究出来的老茶冲泡绝技，从出茶、茶量、用壶、用水到水温、时间、用具、手法等，毫无保留地传授给了我。



黄刚身后的整面陈列架上摆放的是他的普洱样茶，每一款都标明年代、品类，是他的“黄普茶校”品茶、斗茶、辨茶的独门秘籍。

商报：您提出“闻香识茶”也是源自这样的师承？

黄刚：有前人的指引，还要有自身的精进。茶的香气是茶的重要品质特征之一，往往可以通过茶的香气及其在冲泡品饮中的变化，再借助于其他外在的表现方式，如茶气、滋味等，来判断一款普洱茶的品质和曾经的仓储状态，分析它的陈化程度，确定它的价值。

普洱茶因为有长期存放和转化的原因，在香气的形成上就比绿茶要复杂得多。普洱茶的香气一般地被认为是在长期的存放、转化过程中形成的芳香物质的集合。这些芳香物质在数量和类型上相当多，因环境不同、茶的转化不同而形成不同的比例，从而形成不同的香型。

### 品文化 读感官之外茶之大美

商报：您提出普洱茶发展的途径之一是有丰富文化附加值的高端品鉴。怎样才能最准确概括普洱茶传递出的文化内涵？

黄刚：“茶之大美在感官之外。”这

种美来自于与茶相关的文化，是人类以茶为媒介将思考从现实的物质世界延伸过渡到精神领域的产物。普洱老茶越陈越香的特点，往往可以引发我们对于时间以及人生价值的反思，产生积极的精神反应并进而改变我们的现实行为。这就是普洱茶除了给予我们饮茶人身体上的愉悦感之外，还能给予我们在精神层面美好感受的原因。这是普洱茶重要的美学基础，作为普洱茶的文化研究者应该首先搞清楚。

普洱茶让人着迷之处正是在于它更加原始、更加传统、更加自然。传统工艺制作的陈年普洱茶能带来全方位的审美体验。现在，不少优良的茶品从工艺、口感、香气等方面都比普洱茶要好得多，但那只是审美停留在浅表层，距离超越形式层面的意蕴层尚远。喝茶10年，让我一下穿越“形式”——“意蕴”——“道”西方美学的这3个层面，从审美价值上来说，要超过普洱茶怕不是件容易的事。

本报记者 姜琳琳/文并摄