

## 二代接力,茶饮“潮”起

## 玉珑文创:让中国茶成为一种生活

■记者 章珈璐 文/图

温州市玉珑文化创意有限公司成立于2019年,是一家集城市礼品、私家餐饮、雅集活动和茶院于一体的综合性文化运营企业。玉珑注重茶与餐的结合,希望通过让更多人喝到“第一口茶”,进而爱上中国茶。今年,玉珑所制的《茶花吟》

和《八面玲珑瓯窑旅行套装》获评“浙江特色伴手礼”。

玉珑旗下有骏悦雅苑和泓茶日两个品牌,让人意外的是,品牌的两位主理人是一对母女。正如玉珑的负责人王秀芬所说:“骏悦雅苑是基础,托起了泓茶日。”



《八面玲珑瓯窑旅行套装》(左)和《茶花吟》(右)

## 两代茶人,花式拓新产业

王秀芬的女儿黄千格毕业于中央戏剧学院,原先在北京做演员。而现在,她选择回归温州,成为泓茶日的主理人。提起为何接棒茶饮行业,黄千格说:“因为真实地看到了妈妈受益于茶文化。”

王秀芬在报社工作了几十年,媒体的压力以及颠倒的作息,使她的身体发出警告。那时她常常跑医务室,药品一开就是一大把。转机在2005年,王秀芬被借调到北京,正好陪着女儿求学。机缘巧合之下,她认识了一群茶商朋友,耳濡目染了喝茶的好处。她还发现做茶生意的人都很健康,抱着试一试的心态,她开始喝茶。王秀芬说:“学茶的第一科目是了解茶的历史,那时听说喝茶能减肥,还有很多别的功效,就想着有那么神奇吗?但确实从喝茶开始,我的感冒频次少了。体检一年比一年好,原本的痛风和‘三高’全好了。”

王秀芬开始带着女儿喝茶,有时还会用茶做成药膳给女儿调理身体。后来黄千格也有了女

儿,平时孙女上火了,王秀芬就拿老白茶给她压一压。

从报社离职后,王秀芬投身于茶饮行业。其投资的骏悦雅苑,是一个内置茶饮专区的私家餐饮品牌,被评为温州市特色文旅消费示范点。品牌将文人八雅“琴棋书画诗酒茶”置于门店中,为人们在喧嚣的城市中留一隅安逸之所。作为瓯海人,王秀芬将公司的水果基地设在了泽雅。骏悦雅苑与泓茶日所用到的水果也多来自泽雅。近期,玉珑还筹备在泽雅落地新的蔬菜基地。

“温州人不做生意很难受的,在拍戏的时候,我也有在做生意。”黄千格笑着说:“正好那段时间奶茶已经流行开来了,但许多人担心喝多了对身体不好。所以我就在想,或许传统的中国茶是能留住年轻人的,而且它更加健康。”

黄千格是一个执行力很强的女孩,决定后便风风火火地带着妈妈做起了市场调研。“我们杭州上海一路考察过去,她还会

带我看以中国茶为饮品基地的知名奶茶店。一开始我还问为什么要去,她说年轻人喜欢。”王秀芬说。“年轻人为什么喜欢,这个很重要。第一是考察茶品,他们用的是什么茶;第二是产品标准,他们用的原料如何;第三是中国茶的呈现形式,他们搭配的是水果还是奶?我也会看他们会做什么季节性的改变或推出怎样的活动来吸引年轻人复购。”黄千格补充道。

她们还会到老式茶馆,思考“年轻人为什么在那里坐不下来”。这样反反复复调研了2年,泓茶日终于在2022年开业。因为将目光投向年轻人,泓茶日的门店装潢也有别于更像传统茶院的骏悦雅苑。“骏悦雅苑是纯中式,它会有园林和庭院,家具材料也是原木的。但泓茶日是新中式的,我们的家具材料不仅有木头,还融入了其他新型材料。像这张桌子看上去是中式的,但又不像传统的那样一定要带茶台,是简洁的长条桌。”黄千格解释道。



泓茶日的双人茶席 (图片由受访对象提供)

## 中国茶,成为一种生活

目前,我国有1000多个产茶县,平均每个县能生产2-3种茶。最新调研显示,随着新式茶饮的普及,饮茶者年龄趋向年轻化。对很多人来说,喝茶已成为一种生活方式。而生活本身,又各有不同。

“像成都的茶馆文化跟我们温州不一样,他们更悠闲自在。而温州人可能坐在一起聊两三句就开始谈事了。”黄千格介绍道:“来我们这里的消费者,很多都是来聚会或者谈商务。有几位创业的小姑娘,没有专门租工作室,每天就在我们这打卡上班。还有人从相亲到商定结婚事宜,再到订满月酒的礼品都在我们这里。”黄千格很高兴茶空间成为了大家的落脚点,自己也得以见证茶友们的生活切面。

茶器也是玉珑的重要业务,自2020年开始,玉珑的茶器几乎每年都会获奖。有人说“好茶器能让茶说话”,茶器不仅能更好地展现茶的香味,不同的茶具样式也彰显着主人的品味和人生态度,许多人都有将茶器作为伴手礼的习惯。

骏悦雅苑与泓茶日都做茶器,但在这个细分领域上两个品牌仍有区分。“妈妈她们不做零售,主要是大型客户按季度采购,但我们

能按套组卖。”黄千格说。王秀芬则把泓茶日的“伴手礼”解读为“随手礼”。泓茶日的茶器兼顾了特色与审美,定价也多是百元位,用来送礼或自用都很有性价比。

今年,玉珑所制的《茶花吟》和《八面玲珑瓯窑旅行套装》获评“浙江特色伴手礼”。前者将温州市花茶,以暗纹形式制在蜜色的瓯窑瓷器上,凝聚着温州文化。后者则以八角井为设计灵感。黄千格记得自己小时候,家里还保留着用八角井打水、冰西瓜的习惯。虽然现在已经很少有人用八角井了,但它仍然能以“符号”的形式保存着人们的美好回忆。

而这些概念多源于母女俩的灵感,梳理需求后,她们会把主题给到几位合作的瓯窑匠人,最后选取最满意的打样。这也使得母女俩几乎没有休息的时间,除了要常驻门店外,每年玉珑至少会推出3个节日礼盒,这些都需要母女俩制定详细的年计划和月计划。一有空暇,她们还会拜访名师,或去茶博会了解业内最新动态。正如黄千格所说:“随着时间的沉淀,对茶的感知也会不同。每次学茶,我都会会有新收获。虽然辛苦,但始终保有热忱。”

## 茶科普,从走进到内化

“‘泓’扬我们的茶文化,用青年人能懂的‘茶’语言,在一起‘日’。”黄千格这样阐释品牌理念。而这背后,存在着改变大众茶认知的难题。为此,母女俩想方设法地开展趣味科普。

“其实从你进入门店开始,我就已经在科普了。首先是触感区,我们放了不同种类的茶,它们有卷曲型的、条索型的、针状的、龙珠的……还有塞到果子里陈化的茶,这是茶结晶,就是大家常说的‘碎银子’。像老白茶又分很多阶段,白毫银针阶段、牡丹阶段,以及变成大叶子的黄金叶阶段。在这个区域,用户可以去触摸,去感受。”黄千格解释,她们还设置了闻香区,将不同种类的茶按照六大类分好,并在罐子里放上茶样以供闻香。放茶样的铁盒上也贴了具体介绍,方便顾客进一步了解、选购。她还坚持选取中等偏上的春茶为原材料,价格更接地气。

为什么坚持使用春茶,而不是一味地降低成本?黄千格有自己的坚守:“只有喝过好茶,我们才知道什么样的茶能用。所谓的‘好’,其实是茶该有的样子。我们要考量这款茶泡出来的味道对不对?香型如何?口感怎样?如果年轻人喝到的‘第一口茶’连原汤的味道都不对,谈何继续。”

来玉珑喝茶有许多不同的打开方式:一例传统的中国茶通常以一壶的方式呈上,随茶附有科普卡片,写着此茶是如何萃取的、建议泡茶的水温以及功效。如果用户感兴趣,母女俩还会进一步聊一聊茶叶采摘、制茶方法等。如果是喜欢打卡的小年轻,也有新式茶饮可以选择。泓茶日的“茶”不仅出现在传统的茶器里,还和奶盖一起盛在玻璃杯中,成为清爽版的奶茶;和梨一起焗好了,伴着中式糕点一起奉上,成为美食茶席;还有更易让“茶小白”接受的拼配茶,不同种类的茶

或水果按比例配在一起,激发出别样的口感和香气。如果你对新奇感兴趣,也可以试试调饮,这样你就能喝到别处很难找到的“啾啾TEA”。有的顾客还会选择“老板娘特调三部曲”,告知自己喜欢的茶底后,黄千格会结合当季食材做调饮,带去拆盲盒般的惊喜。为顺应潮流,泓茶日还开设了非遗点茶体验以及围炉煮茶。

轻松中也保留着专业,泓茶日的茶艺师要至少考取初级证书才能上台。同时,泓茶日还会定期举办雅集,邀请非遗传承人或行业大师进行分享。玉珑举办的雅集在圈内颇有名气,不论是骏悦雅苑里沉稳的古琴声和着书画,还是泓茶日里的花式茶道伴着插花教学,雅集让更多文人雅士聚在一起畅叙兴怀,抚平生活在钢筋水泥里的焦虑。有很多客户体验完雅集后,还会报名专业的茶艺师培训。

