

▼在製茶廠參觀  
受訪者供圖

# 仿山水間品茗 店舖月賺10萬



▲車里古茶創始人  
韋柱正  
帥誠攝



▲製茶廠在炒茶  
受訪者供圖

▼韋柱正在學習製  
茶工藝  
受訪者供圖



## 復原「煙味」古法製茶

**另闢蹊徑** 普洱茶市場在2007年面臨行業大調整。車里古茶創始人韋柱正憑着多年品茶經驗和敏感投資嗅覺，意識到普洱茶進入了一個轉型和洗牌期，遂與幾位朋友共同投資300餘萬元（人民幣，下同）創建了車里古茶，並把店舖選在廣州中心城區一條安靜的小巷內。對投資者來說，在行業下行時期逆流而上，是需要信仰的。

談起當初為何毅然選擇進軍普洱茶，韋柱正自信地說：「普洱、紅茶、岩茶、綠茶等各自茶種我都有仔細品過，發覺還是普洱茶的味道和香氣變化最多。」他認為普洱茶將成為所有資深飲茶愛好者的最終歸宿，並與合夥人定下一條標準，即通過自己引進和研製的普洱茶來吸引優質客戶，而不是被動改變茶的口味來迎合客戶。

「曾經有一位只喝單樅的客戶在朋友邀請下來到我們店，偶然品嘗了我們製作的普洱茶後，便成為了我們的忠實客戶。」韋柱正認為，如果每次有新客戶來到店裏，都刻意推銷自己的茶，反而容易讓人反感。

韋柱正認為，小眾品牌的另一大優勢在於避免了產品同質化競爭的風險。通過查閱典籍中關於普洱茶的製作工藝，結合老製茶師代代相傳的古法工具，韋柱正研發出了有別於業內傳統標準的「煙味」普洱。這個自創產品的問世，一開始並未得到業內認可，但在倒推古法製作工藝的過程中，韋柱正也逐漸得到一批同樣喜好「煙味」普洱的忠實客戶，獨特的風味終於得到市場認可。

對韋柱正來說，普洱茶生意既是生存之本，也是興趣之源。如今，車里古茶已在東莞開設了一家分店，並維持着600萬元的年銷售額，「我的目標並不大，維持20%的銷售額增長率，做出更多的好茶。」他平靜地說道。

# 葉 香茗 普洱 喝出 新 經濟

茶，最早可以追溯到唐朝咸通年間。雲南普洱地區因生產茶葉，最終成為普洱茶的名字來源，但普洱茶能有今天的地位，與嶺南飲茶文化的推波助瀾息息相關。在廣州，眾多茶葉投資商憑藉自己對茶文化的多元理解，以及精湛的經營手段，把普洱茶的品飲和收藏價值，不斷推向茶葉經濟新的巔峰。

## 香茗革新系列之 普洱

大公報記者 帥誠

位於廣州瀝滘振興茶葉城成排的臨街商舖中，一家裝潢氛圍獨特的茶室，從堆滿茶餅的倉儲式茶葉檔口間脫穎而出。步入茶室，隔絕街巷喧囂，滿眼古意盎然的桌椅和精心擺放的茶具，彷彿突然置身唐宋時期的茶房「道場」。整間店舖被精妙的分隔成多間茶室，飲茶愛好者或邀三五好友商談、或與家人學習沖泡之法，抑或隻身前來，飲茶解悶。這間於2019年才落成的益茶體驗館，是廣州振興茶業有限公司的第六家分店，也是當下茶葉經濟多元化發展的縮影。

### 收藏品飲雙贏

在飲茶文化盛行的嶺南大地，擅長經商的廣府人家，自然不會錯過茶葉貿易這一「兵家必爭之地」。廣州振興茶業董事長王彬認為，該公司2009年創立至今，短短十一年發展出六家店舖，與大益茶的合作分不開。

大益茶作為振興茶業的上游供貨商，如今已佔據內地普洱茶約70%市場份額。茶葉從唐朝流傳至今，消費者構成已逐漸穩定在品飲、送禮和收藏三個主要方向。大益茶在業內的品牌效應，已經可以滿足大部分消費者在送禮和收藏方面的需求。在王彬看來，經營茶葉生意，並非單純的買賣茶葉那麼簡單。茶葉終究不是黃金，無論是送禮或者收藏，茶最終還是要用來喝的。

在2009年，振興茶業趕上了大益茶首批授權專營店面市的合作機會，王彬在裝修設計自己的第一家店舖時，除了預留位置存放茶葉，還要打造能讓消費者坐下來慢慢品茶的空间。也正是在收藏與品飲的雙贏思維下，振興茶業很快獲得了一批忠實度很高的客戶，再通過客戶間的口口相傳，振興茶業在廣州業界站穩了腳跟。

### 與電商錯位發展

隨着互聯網經濟的蓬勃發展，茶葉也開始成為各大網上商城的熱銷品，這無形中對振興茶業這類以線下銷售渠道為主的經銷商構成了壓力。王彬決定未雨綢繆，「通過推廣茶文化和打造反璞歸真的茶空間，獲

▲振興茶業海珠湖大益茶體驗館  
受訪者供圖

得飲茶愛好者的持續增長，以形成消費群體對傳統茶葉市場的

長期反哺。」要推廣茶文化，先要複製出古人於山水間共飲一席茶的韻味，王彬看中了位於廣州海珠湖畔的海珠濕地公園。2012年，海珠湖大益茶體驗館正式落成，隔絕城市喧囂，臨湖靜心品茶，這樣獨特的茶房氛圍，很快吸引了不同年齡層次的客戶參與。

分店的成功，讓王彬充分意識到茶文化推廣只有不斷推陳出新，才能吸引不同領域的客戶。兩年後，振興茶業效仿日本無我茶會的形式，選擇環境清幽的露天場地設置茶席，定期舉辦茶會，一時成為熱話。

王彬回想起2009年，振興創立之初，首月營業額不過3000元（人民幣，下同），這在當時甚至還抵不上一名普通工人的薪金。十年後的今天，在嶺南坐擁六家分店的振興茶業，僅店舖月均零售額就已超10萬元。

談及未來，王彬坦言，在銷量穩定的前提下，將不斷嘗試創新更多茶文化的推廣方式，「入行時我們趕上了最好的機遇，只有保持進步，先機才會一直都在。」

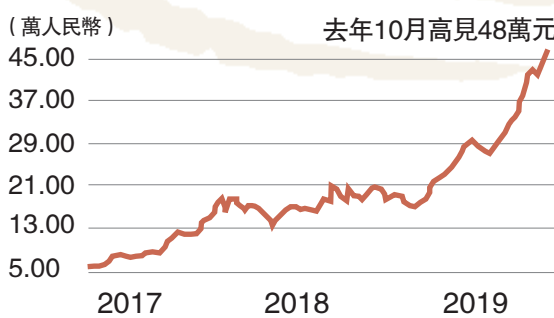


▲振興茶業的茶空間  
帥誠攝



◀茶道課程定期舉辦  
受訪者供圖

## 2017年軒轅號（1701批次）升值驚人



註：2017年出品的大益軒轅號，當時價格為6萬港元，至2019年10月高見48萬港元。  
資料來源：香港仕宏拍賣

## 普洱茶關鍵詞

### 無我茶會

●無我茶會是一種茶會形式，源自日本茶道。參加者自帶茶葉、茶具，人人泡茶、敬茶、品茶，一味同心

### 7542

●曾經是普洱茶標桿產品，是一個配方名稱，即75年誕生的配方，總體以4級普洱茶料為主，2是勐海茶廠代號

### 古樹茶

●一般指生長於雲南普洱茶產地高山地區的稀缺茶種，這些茶樹樹齡長，數量少，品質高於台地茶

### 中期茶

●乾倉陳化5至10年之間的普洱茶，其品質逐漸優化且趨於穩定，這也是普洱茶收藏價值提升的關鍵

## 產業深加工拓新消費群

### 不斷嘗試

飲茶文化在嶺南地區盛行，除了茶葉買賣本身，小到一件茶具，大到一張茶桌，無不成為茶葉的衍生經濟。茶葉相關的美妝、護膚品等其他品類的文創產品也紛紛誕生。

業內人士稱，茶葉深加工與綜合利用已成為國內外茶產業發展的主要方向，也是未來茶產業發展趨勢主要內容之一，深加工是茶產業供需失衡情況下緩解茶葉產能過剩、提升行業規模與效益的最佳途徑。

茶葉可以泡着喝，茶果還能提取精油，用來調製香水，製作日化

產品。隨着傳統周邊產品市場幾近飽和，茶商們也不斷嘗試開發出新的衍生市場。

大益茶近年通過從茶葉中提取茶葉轉化成分、微生物代謝產物等活性與營養物質，製成名為益元素的養生保健品，因其方便食用又具備飲茶的同等功效而受到都市白領和老年人，甚至是非飲茶群體的喜愛。王彬也開始在店內的顯眼位置展示出大益茶與迪士尼的最新聯名禮品茶。

韋柱正批量定製便攜的精緻鋁罐，裝上50克自主研發的「煙味」普洱茶，顯然更符合年輕人的消費習慣。

## 茶餅炒上萬元 一夜瀉三千

### 瘋狂年代

位於廣州西南一隅的芳村，是全國最大的茶葉交易中心。據資料顯示，芳村，是老廣州叫做「荒村」的偏僻之地。直到上世紀八十年代，一批精明的商人，喊着「要賺錢，到芳村；要賺錢，炒普洱」的口號，進入了芳村。而普洱茶，也在茶葉交易的浪潮中熾熱起來，一個普洱茶餅能炒到上

萬元（人民幣，下同）甚至十幾萬元。

普洱茶產於雲南，講究山頭、古樹、年份、倉儲等，不缺炒作概念。普洱茶的炒作，大致興於2005年，於2007年達到瘋狂狀態。當年，普洱茶被吹上神壇，有些品種連散茶都能賣到一斤上百萬元。其中，大益生餅的價格漲了近百倍。瘋狂過後，就是崩盤。2007年

，一些大型茶葉投資商紛紛清出普洱茶存貨，當年的普洱茶業內標桿產品7542，甚至出現單價一夜暴跌3000元的慘況。

「我們一開始主要依靠在雲南普洱茶產地，收購具有升值空間的中期茶，再通過在倉庫存放增值後進行售賣。比如我們2018年推出的一款『小班掌』，客戶購買後近半年，市場價格就在100元/餅分基礎

上翻了三倍。」車里古茶創始人韋柱正坦言，能夠通過存放一定年份升值並「跑贏通脹」，是中期普洱茶的關鍵優勢。

但對於普洱茶的交易，也有業內人士提醒，資本炒作打亂了整個普洱茶的價格體系，也導致了對於古樹茶的過度採摘。在當地著名的古樹茶產區，多棵古樹已經枯死，茶王樹的葉子也稀稀拉拉。