

发力高端茶市场、打造绿茶新标准、开创“商务茶会”新体验……

竹叶青全新体验店落地青岛上实中心



初夏时节,爱喝茶的人又有了一个好去处。6月7日,中国高端绿茶代表品牌“竹叶青”青岛全新体验店正式开业。新店选址金家岭金融区上实中心,集产品陈列销售、茶文化传递、商务社交为一体,开创了一种名为“商务茶会”的新式体验空间。而作为茶行业“有品类,无品牌”的突破者,竹叶青一直走在茶行业的前列。竹叶青多次被选作国际交往礼品赠予外国领导人,2020年荣选“迪拜世博会中国馆礼宾绿茶”,2021年成为《全球十大高端名茶》唯一入选中国品牌,2022年获邀成为“2023达沃斯·财新国际圆桌独家礼宾用茶”。当现代化的金融街遇上高端中国茶,一方面体现了核心地标商圈对竹叶青的认可,另一方面实现了品牌和商圈的双向赋能。而竹叶青的到来,也为青岛的茶叶爱好者,带来更为高端的体验。



中国高端绿茶代表品牌“竹叶青”体验店正式亮相青岛。



竹叶青率先以“高山、明前、茶芽”打造高端绿茶标准。



竹叶青上实中心体验店,打造特色VIP茶室,可满足业务洽谈及小型会议等商务需求。照片均由商家提供

打造高端绿茶新标准

说起竹叶青茶,熟悉中国茶文化的人都不会陌生。古籍记载“峨山多药草,茶尤好,异于天下”,源自峨眉山的竹叶青茶结合了传统工艺,再加上现代化的科技创新,将竹叶青茶品质带上了一个全新的高度,成为了高端绿茶的代表。作为竹叶青茶产地的峨眉山,海拔高度、气候、光照、土壤等自然条件非常适宜茶树生长。常年云雾缭绕,日照少,昼夜温差大,常言道“高山云雾出好茶”,天时加上地利,这种云雾弥漫的生态环境,能减少太阳光直射,更大的昼夜温差,也有利于竹叶青茶芽积累营养物质与芳香物质。

作为典型农产品,茶叶有着难以标准化生产和价格体系不透明的行业弊端。对此,竹叶青率先以“高山、明前、茶芽”打造高端绿茶标准。选择峨眉山海拔600到1500米的茶园,于清明节前采摘的茶芽精制而成,为了最大程度留住茶芽的鲜嫩,竹叶青只采叶片舒展后的茶芽,这样严苛的标准之下,每一块竹叶青高山茶园的黄金采摘期仅有5天左右。这样在采摘环节就确保了高端品质。而在生产端,将创新与科技应用于初加工、精加工、保鲜,同时独创“五重锁鲜科技”,用高效快速杀青、低温冷冻保鲜、高温快速提香、精准水分控制、独立充氮保鲜五大技术,保证了竹叶青茶“更鲜爽”的口感,真正做到用科技赋能茶产业。

开创商务社交新体验

早在此次体验店开业之前,竹叶青已在万象城、崂山丽达、海信国际中心

设立销售门店。而此次入驻上实中心,竹叶青找到了茶叶线下门店突围的新路径。

茶是君子之交的代名词,背后蕴藏着中国的传统礼仪、待客之道。茶文化中的坦诚、平和、谦逊、敬意,又给商务社交场合增添了中国特色的文化底蕴和精神价值。在金家岭这个青岛最核心的“商务空间”,竹叶青创新高端茶消费的新场景,提出“商务茶会”的设计理念,通过“礼制文化”的空间设计,将品牌理念具象地凝聚在一个物理空间,在美学基础上,融科学性、生态型、商业性为一体,让千年茶文化呈现在空间的各个角落,以优雅的意韵之美打造出尊贵的私享氛围。

在竹叶青上实中心体验店,记者看到这里不仅有竹叶青各类产品展示,同时还配备了多间兼备私密性及高端感的特色VIP茶室,可满足业务洽谈及小型会议等商务需求。正如竹叶青市场总监陈刚强所说,“商务茶会”契合了品牌为消费者带来创新性国茶文化与中式待客新体验的诉求,让古老的中国茶在当下有了新的社交定位和产品价值,希望推动中国茶品牌更加重视文化传递、重视消费者体验,从单向输出变为双向互动,进而形成国茶新消费的特色地标。

“我国不仅是茶的故乡,也是茶叶消费大国。饮茶不仅是日常消费的一部分,更是人们精神文化生活不可或缺的重要内容。所以每个城市都应该有一个喝茶、品茶、谈茶的场所。我希望竹叶青能承担起‘城市茶园’的功能。”陈刚强告诉记者,未来竹叶青上实中心体验店,还将定期举办会员茶山行、提供私人定制品鉴服务……让消费者亲身体验茶文化的独特魅力。

推动茶文化发展新模式

通过对绿茶的品质打磨,竹叶青为众多茶客送去了高端绿茶的享受,与此同时也希望以茶为载体,为消费者带去文化与美的体验。在这个过程中,竹叶青线下门店起到了关键作用,它不但是绿茶产品的载体、触及消费者及文化沟通的渠道,更是开启消费者全新生活场景的重要方式。去年9月,竹叶青全新开幕的北京国贸店,以商务茶会社交这一理念作为全新切入点,集售茶与品茶于一体,同时满足业务洽谈及小型会议的商务需求。如今北京国贸“同款门店”已经落户青岛上实中心,竹叶青将为众多消费者打造更便捷、更趣味、更舒适、更具审美性的新消费场景。

除了在门店的设计上费心思,竹叶青也通过数字化运营的升级实现了品牌与门店的双向赋能。比如通过品牌全渠道会员的数据打通与融合管理,竹叶青能够完成全渠道会员的统一识别,连通线上与线下,实现会员权益共享的同时增强服务体验感。而通过对众多用户消费偏好的数据收集与分析,竹叶青能够更加精准地定位客户需求,进而提供相应的品质服务。竹叶青通过数字化运营打通了数据壁垒,实现了全渠道融合、全域消费者运营和数据共享。在坚守高端品质产品的根基之上,竹叶青积极布局新零售、整合终端渠道,以高端服务升级多元消费场景,在实现企业自身品牌化发展的同时,也为中国茶的高质量发展提供了新示范样本。而文化自信和消费回流吹动着中国茶发展的强劲东风,竹叶青作为高端绿茶领导品牌,也有了新的使命担当——引领中国茶发展,并以此为契机,让中国茶和茶文化全方位、高品质、多元化、广渠道地开启发展新征程。

相关链接

带你了解竹叶青茶

竹叶青茶取自峨眉山,峨眉山作为佛教圣地,在僧人长期的种茶、制茶过程中,经过不断地演化、改良,取精华、弃糟粕,最终发展而成。此后开始批量生产,并由唐先洪先生于1998年正式创立竹叶青品牌。

口感特点

峨眉山独特的地理条件和气候环境,孕育出了竹叶青茶这一高端绿茶。竹叶青茶的口感上乘,每片茶叶都是清明节前采摘的茶芽,其叶嫩绿均匀,其色微黄淡绿,其汤晶莹透亮,其味清香高鲜,滋味浓醇。总的来说,竹叶青茶的口感比较重,但入喉之后那几丝苦味就会渐渐褪去,而后一股清爽之感便会袭来,一饮而尽后,余香回甘。

产品分类

竹叶青茶属于扁形炒青绿茶,外形扁条,两头尖细,用于制作竹叶青茶的茶叶十分鲜嫩,加工工艺精细。竹叶青茶分为三个等级,分别是论道级、精品级和品味级,品质和价格也各有不同。我们都知好茶需好芽,竹叶青只采饱满茶芽,最高端的论道级要从1000个茶芽中才能甄选出1克,得以最大程度地保留住茶芽的“鲜”和“嫩”。

本版撰稿

观海新闻/青岛早报记者 刘鹏