



# 有情怀，他们的执着只为那缕茶香

## 有故事，李沧『茶叶』变『茶业』



风景秀丽，生态优美的李沧区街景。

今年6月下旬，李沧区第十三届茶文化节落下帷幕。提到李沧区的茶行业和茶文化，很多人会想起李沧区的七大茶叶专业市场。的确，这里汇聚了国内所有茶产区的各种名茶，各类茶叶经销商5000多家，年销售各类茶叶5000余吨，销售额超过20亿元，销售量占全市2/3以上。在李沧，茶，已经成了“茶业”，而不仅仅是“茶叶”。

泡茶，让茶叶的芳香与水的清秀自然交融；饮茶，是眼、耳、唇、舌、鼻都能品鉴到的优雅。很多人或许有过疑问，李沧并不产茶，却为何会成为茶业重镇？近日，记者采访了李沧区兴邦茶城、天福祥茶叶批发市场、天都锦茶文化城的商户，听他们讲述了这30多年间，李沧和茶的故事：李沧成就了茶，茶也成就了李沧。

### 人物1

#### 见证打拼 父母从福建来青创业

天福祥茶叶批发市场位于九水东路延川路路口，这里分布着90多家茶叶店，各种茶叶应有尽有。

冯玉冰家经营的冯氏长乐茶庄，就位于市场内。“哥，俺家最早就是做茉莉花茶的，一会给你装。”坐在茶室里，90后的冯玉冰已是一口标准的青岛话。但在大堂中，冯玉冰的爸妈，却用福建方言在交流。“我的爸妈是福建人，我是生在青岛的‘茶二代’。”冯玉冰向记者讲述了一家人在青岛扎根的故事。

冯玉冰父母早年间在福建的国营茶场工作。1988年，夫妻俩来到青岛跑业务，见证了青岛人对茶，特别是对茉莉花茶的喜爱。夫妻俩发现商机后，在古镇路开起了第一家茶叶店。

冯玉冰的手机至今保留着一张近30年前拍摄的照片：年幼的他趴在玻璃柜台上，身边是一台秤。父母远离家乡在青岛打拼，冯玉冰的幼儿园、小学、中学时光，都是在青岛度过。他亲眼见证了创业不是一件简单的事情。为了扩大销量，夫妻俩开始赶集。两人骑着自行车，驮着茶叶去惜福镇、夏庄、上马、城阳大集售卖，经常是早出晚归。



冯玉冰

#### 自创品牌

#### “茶二代”用心接班

“那时候的人喝茶，没那么多讲究。”冯玉冰回忆，当时青岛人的喝茶习惯是，找一个大玻璃杯或者茶缸泡着。但随着经济社会的发展，2000年之后，讲究冲泡技艺的功夫茶在青岛慢慢流行起来。

“那个时候，‘铁观音’开始流行起来。”冯玉冰回忆，2005年，他刚满15岁就跟着父亲一起回到福建，去安溪做铁观音茶。那个年代，茶叶都是纯手工制作的，没有现代化机器，更没有农药，冯玉冰在茶山上看着长辈们亲手采茶、制茶，自己身上会被虫子叮咬出一个个的小疙瘩。从那时候起，冯玉冰就知道了在清香优雅的背后，是一份艰辛，也知道了，茶，要用心做。

2008年，冯玉冰高中毕业后到新加坡留学。当时，电影《叶问》正在华语影视圈热映，电影中，武术泰斗叶问被尊称为“叶

师傅”。“师傅这个词，是对掌握专业技能艺术家的尊称。”冯玉冰称，回国后，他以“冯师傅”为名，创办了一家经营茶叶的公司。

“我的父母，一直把这个称呼当成顾客对茶叶品质的认可，觉得这是口碑。而且，‘师傅’听起来特别的亲切。”冯玉冰称，他也更加坚定了要在李沧区继续经营的决心。

#### 扎根李沧 他要传承家族茶缘

提到香水，很多人都知道法国有专业的调香师。其实在中国的茶叶行业，也有擅长和茶香打交道的评茶师。“茶，是一种文化，必须有更深层次的东西。”冯玉冰24岁时报名参加了茶艺师和评茶师的考试，顺利地拿到了证书。

创办企业、考证、创办网店……留学时学习市场营销的冯玉冰，开始广泛涉足和茶叶有关的各领域。功夫不负有心人，青岛市和李沧区的各级各部门看到了冯玉冰的努力：2012年，冯玉冰被授予“青岛市创业带头人称号”；2012年、2013年，冯玉冰的公司连续两届被评为“李沧区十大诚信茶商”，2020年荣获“青岛市十佳茶庄”。冯玉冰经营的茶叶多次参加青岛市名优茶评比活动、李沧区茶文化节斗茶大赛，荣获各类奖项。

2021年，冯玉冰前后共投资80多万元，在崂山区建起了六百多平方米的生产车间，并注册了自己的茶品牌。目前，冯玉冰的公司已经成为集茶叶加工、销售、茶室、茶艺培训、茶包装、茶具于一体的全方位茶业品牌。“我的父母在李沧创业，在李沧发展，我是在李沧长大的，李沧，就是我的家。”冯玉冰称，这些年来，他一直在做一件事：传承。他要把父母的创业精神传承下去，要把家族对茶叶、对李沧的感情传承下去。

### 人物2

#### 携手创业 夫妻俩连吃8天饺子

2006年，福建小伙李建忠从老家来到青岛。

李建忠的家乡靠近武夷山，有着饮茶的传统。受长辈影响，李建忠从小就喜欢茶，成年之后，他萌生了投身于茶行业的想法。

“秋冬季，北方天气寒冷，风大，这个时候来上一杯温润的岩茶，感觉会非常好。”李建忠决心在北方地区试一试。他考察了多个城市，最终选择在李沧区发展。

“青岛靠海，气候非常好，夏天不会很热，冬天不是太冷。”李建忠回忆，除了气候，青岛还有很多优势：李村是一处传统商圈，很多人在这里做生意，有饮茶洽谈的传统；青岛人注重礼节，逢年过节，经常互相赠送茶叶；而相比背景，李村周边门头房的店租是可以接受的。

2008年，李建忠的茶叶店开起来了。但是，创业从来就不是一件简单的事情。装修、进货、跑渠道……李建忠兜里没剩多少钱了。“为了省钱，我们夫妻俩连续吃



李建忠

了8天饺子。”李建忠回忆，当时李村河底大集上的一碗饺子，就是夫妻俩一天的口粮。

#### 融入青岛 他深感“人生如茶”

虽然“创业艰难百战多”，但李建忠没有放弃自己的梦想，他从小跟随师傅上山采茶，逢茶季，甚至要在茶园待上一整天，

从最开始的打打下手，到偶尔参与晒青、杀青等制茶工序，到最后自己制茶，李建忠一路走来，深切地感觉到“人生如茶”的道理。

经过一番打拼，李建忠迎来了厚积薄发。“青岛人非常热情，而且很直爽，很朴实。”李建忠感叹，在李沧区做生意的15年间，他交到了很多朋友，遇到了很多贵人；除此之外，李建忠深刻感受到，忠、孝等优秀传统文化，在青岛一直传承；更重要的

### 人物3

#### 美丽邂逅 茶文化里的时尚气息

福建安溪，盛产“铁观音”。为了向全国推广，本世纪初，安溪当地开始举行活动，向全国推荐铁观音。2004年，跟随“铁观音神州行”的脚步，周龙峰从福建安溪老家来到青岛经营茶叶。

“青岛人懂生活，会生活，茶是一种消费品，一定能在这里打开市场。”周龙峰回忆，他刚到青岛不久就发现，青岛人喜欢喝啤酒，能分出一、二、四厂。周龙峰相信，假以时日，青岛人也会对茶叶形成独特的品鉴能力。

时间很快证明，周龙峰的判断没有错。几年过去，周龙峰的很多老客户不再只让他泡红茶、绿茶，而是要尝一尝“安溪铁观音”“普洱生茶”。“青岛是一个有港口的城市，这里的人很时髦。”周龙峰称，青岛这种独特的时尚气息，让这里的人们愿意尝试新鲜事物，除了当地产的崂山茶、茉莉花茶、铁观音、普洱茶、白茶、陈皮……都在一段时间内快速风靡。

#### 为茶行业 提供“标准化”服务

周龙峰在青岛经营了近20年茶叶，他清楚地记得，以前无论是沧口还是在李村大集周边，很多茶行都是里面几个货



周龙峰

#### 指日可待 面临“转型升级”重任

在周龙峰看来，天都锦茶文化城乃至李沧区茶行业的兴盛，正好契合了青岛经济社会发展的脚步。“青岛的常住人口已经超过1000万，人口还在不断增长。茶叶是消费品，这一块市场足够大。”周龙峰认为，和青岛其他区域相比，李沧区的人口结构明显更加年轻，随着

是，李沧区有多个专业的茶叶批发市场，和茶有关的包装、茶具、运输贮藏已经形成了产业链，更有着丰富的茶文化氛围。“李村周边，好多外地人在这里做生意，我们在这里，不会有陌生感。”李建忠和妻子经过打拼，在青岛站稳了脚跟。

#### 共同打拼 制茶以妻命名

2010年，李建忠的店铺“妹岩大红袍茶行”从李村搬到了振华路兴邦茶城，他也决定，要让自己制作的茶叶在青岛打出知名度。李建忠开始参加青岛市、李沧区的名优茶评比活动，不断学习，琢磨、提升自己的制茶工艺。2023年6月在李沧区茶文化节斗茶大赛上，李建忠制作的茶叶荣获“白毫银针茶王”称号。

李建忠在青岛拼搏的十多年间，妻子吴珣瑶一直陪伴在他身边。“她和我一起做生意，还要照顾两个小孩，很不容易的。”2020年，李建忠以妻子的名字命名，专门制作了一款老树红茶：兰水瑶。回望15年的创业经历，他感叹，一款产品要在大城市站稳脚跟，对市场的敏锐度把握必不可少，但诚实更加重要，茶叶是入口的产品，质量好坏，常年饮茶的茶客品上几杯，就能感觉到。李建忠感叹，来青岛的15年，他作为一个外地人不断融入青岛，体验到了青岛这座城市“海纳百川”的包容性。

年轻人在行业站稳脚跟，薪资收入会增长，消费能力也会越来越强。除此之外，李沧区的茶叶市场，几乎都分布在高速度、地铁口附近，区位和交通优势相当明显。让周龙峰更加有信心的是，青岛是一座传统的工业城市，有多条产业链，有依附于工业文明之上的商业文化，对于茶行业有足够的承载力。

对于李沧茶行业的未来，周龙峰也有着自己的看法，随着以网名为代表的销售渠道多元化，“产地—批发市场—顾客”的销售模式会改变，越来越多的直营对批发形成了挑战。因此，批发市场面临着“转型升级”的重任，以前习惯“散茶”的消费者，会形成对品牌的忠诚度，带有文化体验式的线下消费如何才能留住消费者的心，也考验着商家。“我们致力于的标准化，就是为了解决这些问题。”周龙峰表示。

观海新闻/青岛晚报 首席记者 刘卓毅