走进『匠人』世界（五）

非遗花茶窨制中的百年匠心

——记北京张一元茶叶有限责任公司

张一元大栅栏总店火爆销售场面

■百年老店17年走向复兴

在北京大栅栏商业街上，有一家传承百年的茶店，吸引很多人慕名前来。这里就是北京茶行中声名斐然的张一元茶叶有限责任公司。它的前身张一元茶庄是京城著名的茶叶铺，始建于清光绪二十六年（1900年），已有百余年的历史。1993年被国内贸易部命名为“中华老字号”。随后，为迎接市场的挑战，“张一元”通过转制一步步壮大和发展成了老字号民族品牌。

张一元品牌影响力和知名度的不断提高，要归功于在制茶炒茶技艺上精益求精的工匠精神和不断更新顺应商品经济发展的经营思路。

张一元大栅栏总店现有的30余名职工，90%以上是大学本科学历。他们朝气蓬勃、充满青春活力，争当企业发展排头兵，在普通而平凡的一线岗位上发扬老字号传帮带精神，努力营造“比、学、赶、帮、超”的浓厚工作氛围。正是这种对自身高标准的工作要求和精益求精的工作态度，让张一元茶叶的品质赢得老北京爱茶人的交口称赞。

以最受好评的张一元茉莉花茶为例，它采用先进的茶叶浸提萃取技术提取茶汁，保持了茶叶中的茶多酚、维生素等营养物质的含量。超滤技术提高了茶汤的澄清度，降低了茶冷浑带来的料液浑浊。超高温瞬时杀菌技术的使用，能在最短时间内达到杀菌的目的，同时最大程度地保存了茶叶本身的香气。

目前张一元经营包括红茶、绿茶、花茶、乌龙茶在内的300余种茶品，以满足不同消费者的购买需求。

通过积极发展连锁经营，截至目前，张一元公司茶叶连锁专卖店已达到85家，覆盖了北京八个城区、九个远郊区县。张一元在消费者心中成功树立了高知名度和信誉，在市场占有率和竞争力上都处于领先地位。

■找回老味道是复兴基础

“吃点心奔正明斋，买茶叶认张一元。”这是老北京流行的一句话。17年前，本就是茶行出身的王秀兰被调到“张一元”任经理，而她面临的首要任务就是去寻回“张一元”的老味道，塑造老字号的新形象，让“张一元”品牌深入人心。

当时，“张一元”茶庄账面资金只有6000元，但王秀兰依然坚持变革。经过研究，王秀兰决定用推出宣传新招——在店门外摆上茶座宣传品牌。

在制茶工艺上，王秀兰远赴安徽歙县去创始人张昌翼的家乡寻根，追溯制茶工艺演变的历史脉络。为了选择好的茶叶原产地，她亲赴福建闽东、闽北茶产区，和老的统购统销机制抢货源，终于把一箱箱上等茶叶运进了“张一元”。“汤清、味浓、入口芳香、回味无穷的张一元茉莉花茶又回来了。”住在老店边儿上的老邻居不住地称赞。

2007年，“张一元茉莉花茶窨制工艺”被录入北京市非物质文化遗产名录。茉莉花茶窨制和拼配技艺由多道工序组成，制成的花茶回味悠长，尤以“小叶花茶”著称。

不仅如此，张一元茉莉花茶还凝聚了京城百姓生活的浓郁风情，具有重要的历史文化价值与商业价值。不光保护延续了传统的制茶工艺，“张一元”还经常把各种中国民间传统风俗搬到大栅栏店门口，让更多人了解中国风俗。

如今的“张一元”是不少外国友人在北京领略中国茶文化的第一站。2006年，“张一元”确立了具有明显宣南文化特色的“书茶馆——张一元天桥茶馆”，并与风靡京城的德云社签约，使企业进一步融入北京文化创意产业的大气候中。

■新茶研发追求精益求精

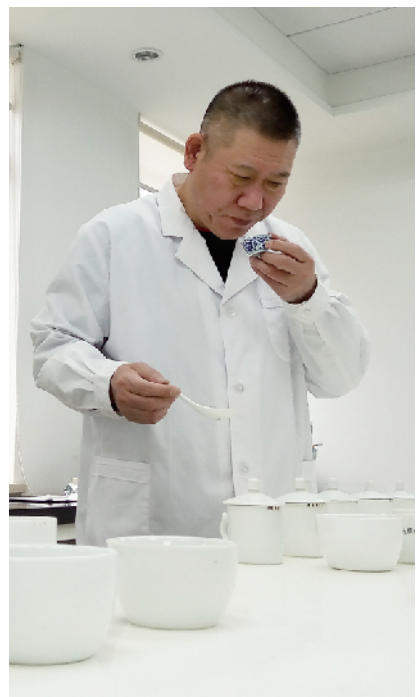
王广生，国家一级评茶师，现任职于北京张一元茶叶有限责任公司生产技术部，长期从事茶叶加工、拼配、审评等技术工作。

2016年，在公司领导的带领和大力支持下，王广生和技术团队利用一年多时间，经过上百次的完善改进，终于攻克难题，成功研发出了一款张一元茉莉花茶代表性产品——“张一元龙毫”，产品一经推出便赢得高度认可，并荣获了当年北京国际茶业展的特别金奖。

在日常工作中，王广生更是对制茶技艺精益求精，严把产品质量关。

每年，在新茶集中上市期，王广生在审评室一待就是一天，每一款产品从香气、滋味、汤色、叶底、外形、色泽等逐项进行严格审评，不合格产品坚决退回。

值得一提的是，经王广生团队研发的张一元龙毫，在2017年元旦春节期间刮起了一股抢购风潮，创造了10万桶单品销量新纪录。在该产品的带动下，张一元不仅实现了产品结构从中低端向中高端的转型，也实现了在新常态下，老字号推进供给侧结构性改革的创举，为企业发展开辟了更广阔的空间。



王广生进行茶叶审评

老字号的电子商务愈发成熟

■电商让服务质量升级

21世纪初期互联网高速发展，电子商务兴起。为抓住电子商务快速发展机遇，给消费者更好更便捷的消费体验，实现老字号企业的转型突破，2012年，张一元公司首次“触电”，成立电子商务部。

5年间，本着“推动老字号实现互联网时代下新发展”的信念，张一元公司电商团队每天工作十几个小时，连续加班加点，很多时候吃饭都在办公室解决，累了就趴在桌子上休息……

张一元公司电商团队12名职工用几乎狂热的工作热情，马不停蹄地跟时间赛跑，从最初的门外汉成长为高素质的电商专员；从不被消费者认可发展为拥有近百万忠实顾客；从线上年销售额不足10万发展为年销售额突破3000万元，年均增幅达到60%以上。2016年“双十一”当天，日销售额达到327万元，单日订单量超过2万笔，成功蝉联天猫平台花茶品类排行榜首。

在电商团队的不懈努力下，老字号张一元成功搭上了互联网发展的快车道，实现了由传统门店零售向线上线下融合发展的重大转变，使企业在互联网+时代下焕发出新的生机和活力。

本版编辑 张瞳　美术编辑 李媛　校对 李亚楠