

来自新中式之美的征服

时间：大年初二
地点：长沙茶颜悦色

□本报记者 周兴旺 文/摄

“我们这次春节去长沙玩，第一个节目就是喝一杯茶颜悦色。”北京的孙女士带着一家人大年初二乘坐高铁赶赴长沙，她说出了自己到长沙春节游的头号心愿。

蛇年春节，长沙在中国人的旅行目的地热门城市排行中稳居前10名，而几乎所有的外地游客来到长沙，都把体验茶颜悦色作为必选项目。

大年初二晚上11点，长沙的天空飘起了毛毛细雨，但位于长沙老城区坡子街的茶颜悦色旗舰店门口，排着队等待茶饮的人依然络绎不绝。说是旗舰店，其实并不准确，就在坡子街口与黄兴路口的一公里范围内，茶颜悦色至少开了上百个站点。在这里，“5米一个茶颜悦色，10米一个茶颜悦色旗下品牌”绝非虚言。同一品牌的门店开得如此密集，这在全中国的服务品牌中恐怕也找不出第二家来。很显然，茶颜悦色已经成为长沙年味的重要组成部分。

茶颜悦色并没有官方认定的总店，只是从品牌影响力和开设历史来衡量，坡子街附近的这些门店被顾客认定为“旗舰店群”。最为奇特的是，即使是深夜，走进长沙老商圈的任何一家茶颜悦色，里边都是熙熙攘攘、摩肩接踵。不仅长沙如此，在茶颜悦色业已开设门店的城市，几乎所有的门店都门庭若市。网络上流传的“打飞的到长沙只为喝一杯茶颜悦色”的传说，

现实中绝非孤例。

据不完全统计，截至2024年12月，茶颜悦色在全国的主品牌门店数量为710家，加上子品牌门店约200家，茶颜悦色品牌家族全部门店已经超过900家，而这些门店几乎“家家客满”，时时“门庭若市”。而这一切，还都是在茶颜悦色非常“克制”品牌扩张速度的背景下诞生的。

茶颜悦色为什么这么火？这个问题可谓公说公有理婆说婆有理。但根据记者的观察与亲身体验，除了物美价廉、物超所值、服务极为周到细致、茶饮调制得当等缘由之外，其核心原因，还是抓住了中式生活方式这条主线：让游客们通过喝一杯茶，就能体验到中国传统生活方式的美感和趣味。

正如茶颜悦色店里的一句宣传语说的那样——享受新中式雅趣生活，茶颜悦色从2013年年末创建伊始，就以主打中国风作为其中心思想。茶颜悦色的创始人也曾多次表示：打造独特的中国风IP，让年轻人爱上传统文化。任何一位游客任何时候走进任何一家茶颜悦色，立即就会被其中浓浓的中国风氛围所包围——服务员十分热情，哪怕是等茶的几分钟时间里，都把顾客当成“小主”，极尽宠爱之能事，顿时让顾客有了“回家”的感觉；任何一款饮品或者文创，都会附上中式文化诠释，以最新推出的高香黄茶为例，其注释就是以充满中国民间



人情味的“一觉睡到饭熟时”为引子，带出中国人对闲适田园生活的向往；茶颜悦色的每一款产品都充满着中国诗词书画的文化元素，诸如红茶名为“红颜”、绿茶名为“浣纱绿”、水果茶名为“豆蔻”，连茶杯的设计都精美到了艺术品的级别，《千里江山图》《富春山居图》《百花画卷》《兰亭集序》等经典艺术作品在杯壁上俯拾皆是，让人喝完茶后还想小心翼翼地用纸杯收藏起来……

毫无疑问，创新是茶颜悦色品牌经营的灵魂。茶颜悦色本身就是一家电子商务能力能跻身超一流水平的公司，其服务流程、管理效率和推出新品文创之频次，在茶饮同行中估计很难找到匹敌者。但最为难能可贵的是，在其实文化创新的过程中，茶颜悦色始终坚守其“中国风”与“中国味”。比如，为了守住“鲜味”，其一

直坚持直营，现场制作、拒绝预制。此外，为了体现“中式美”，其在每一个细节中都要尽量彰显传统文化元素，展示中国风的独特意境。

在中国哲学中，诚，是一个极具文化特色的概念，诚生发出真，真生发出善与美，诚其实是与美紧密联系的。内心真诚，才能外化成真实之美。茶颜悦色的创新面貌可谓千变万化，但几乎每款新品都能让人体会到其背后满满的诚意——宠溺顾客，是诚；讲究细节，是诚；匠心独具，还是诚。

也正是茶颜悦色对中国之美的执着追求，使得其扩张规模和速度始终不算快。即使面临着业绩扩张的“诱惑”，茶颜悦色还是选择了缓步走的节奏，毕竟中国有句古话——慢工出细活。匠心的背后，是实诚与积淀。茶饮虽小道，但任何一道工序都不可仓促而就。这是茶道，也是中国文化的魅力之道。

骑楼城里品人间烟火

时间：大年初六
地点：广西梧州

□本报记者 杨琳琳 文/摄

边走边吃着龟苓膏，街边随风飘来的粤语歌时断时续；牌坊、砖雕、造型独特的女儿墙等中国传统建筑元素随处可见；罗马柱、拱窗、繁复精致的穹雕，洋溢着无限欧美风情……行走在广西梧州骑楼城的大街上，游客用心感受着这里独特的待客之道——用中国传统文化、岭南文化特色，并融入欧式古典建筑风格，慰藉八方来客。

梧州，广西东部的一座小城，有着典型的岭南文化和风俗。这里是桂江、浔江、西江交汇之地。三江汇流，江水一浊一清，俗称鸳鸯江，是梧州的一大盛景。作为珠江流域的重要节点，梧州一直是南北货物运输的重要通道。据了解，梧州在清光绪年间被辟为通商口岸之后，骑楼建筑逐渐兴起，是梧州百年商埠开始的地方，这里背山面水，汇聚人潮，商贾云集。最终，成就了百年后的“中国骑楼城”。

历经百年的骑楼城，尽情地诉说着过往的故事。每一块斑驳的墙体、每一根柱子、每一个生锈的铁环，都是岁月的见证。“你看见立柱上的铁环了吗？”见记者正在拍骑楼建筑，一位稍上了年纪的长者热心地用带着当地特色的“普通话”问我们。住在江边，与水共生的梧州人，早就学会了如何与水打交道。在骑楼城建造之初，

前辈们就在每一座建筑的立柱上设置一高一低两个铁环，在二楼临街面设置的不是窗户而是水门。水涨起时，可供船只和小艇在各条街道上穿梭往来，兜售货物。若水不大，只漫到一楼门口，商户们只需垫上几块砖头，就可以照样开门做生意，泰然自若。若水再往上涨，住户们不能下一楼，就打开二楼的水门，放下竹篮，从往来小艇处购买米、油、蔬菜、火油等生活必需品；亦可顺梯上下，坐船出入，可谓给足了“安全感”。白天，大家忙着营生；晚上，骑楼城则是另一副模样，大家搬出凳子，亦或带一张凉席加一把蒲扇，往地上一躺，比空调房都舒服。听着长者说起以前的旧事，记者仿佛也穿越到多年以前，享受着惬意的时光。

梧州的骑楼建筑多为三四层，大多是前铺后宅、下铺上宅、下店上仓，商住两用，功能多元。得益于骑楼城“多功能”的庇佑，这里商贾发达，人潮云集。冰泉豆浆、田螺、牛杂、龟苓膏、河粉、艇仔粥等美食，也在街头巷尾中以诱人的香气招徕过往游客。此外，来到这里的游客都不会错过喝上一杯茶。爱喝茶、会养生是梧州人的生活之道。凉茶、祛湿茶、开胃茶……听过的没听过的应有尽有。记者



忍不住来上一杯祛湿茶，闻着有几分草药味，喝起来却没有想象中涩口，喝完之后，口中竟有回甘，让人回味无穷。

来到梧州，不得不提六堡茶。从中国骑楼城牌坊往里走不远，就会邂逅一座梧州六堡茶文化馆，不断有人走进参观。馆内设六堡茶文化展示区、六堡茶技艺展示区、六堡茶产品展示区及六堡茶科普区，全方位展示梧州六堡茶的历史文化底蕴、产业独特优势及丰硕成果，是集茶文化展示、实物展陈、科普教育于一体的六堡茶文化展馆。随便走进茶室，喝上一杯六堡茶，让心静下来，把心放下来，在一口口的茶香中，听茶农讲述属于他们自己的故事，别有一番韵味。

六堡茶属黑茶类，因原产于广西苍梧县六堡镇而得名，已有1500多年

种植历史，以“红、浓、陈、醇”及其独特的槟榔香味成为中国名茶。六堡镇地处崇山峻岭之中，古时道路崎岖难行，为了更方便地将六堡茶转运，只能通过水路运输。于是，以苍梧县六堡镇合口码头为起点，经过六堡河、东安江、贺江、西江的数百公里航道，连接广西、广东，再经由海上丝绸之路与南洋诸国建立联系。与茶马古道的陆路贸易不同，六堡茶的“茶船古道”则是水路贸易的代表之一，而六堡茶“一叶兴一业”的故事即由此开始。

不知不觉，华灯初上。夜幕下的骑楼城彰显了新魅力。一盏盏大红灯笼蕴含着新年的祝福。沿着骑楼城的主街走到尽头，就来到了鸳鸯江畔，沿着河堤走一走，江边风景让人一下子清醒了不少，思绪也随着江水漫游……