

“茶二代”:想让崂山茶更加枝繁叶茂

■青岛财经日报/首页新闻记者 李倚慰

在传承中创新,在创新中前行。随着第十九届崂山茶节暨第三届崂山茶谷雨开采节的开幕,崂山茶的故事开启了新一年的续写。

肥沃的土地、优质的水源培育出的崂山茶,在中国茶史上有着特殊的地位。自1959年“南茶北引”在崂山获得成功以来,崂山茶经过第一代茶人的辛勤耕耘,走过了从无到有的数十年历程。当年轻一代从上一代茶人手中接过“传承”这个接力棒时,守正创新,才能让崂山茶的口碑和产业更加“枝繁叶茂”。

“金贵”的茶叶

90后的鲁琦,是传承青岛崂山茶的“茶二代”。从小在茶园长大的她,见证了崂山茶一路从“小打小闹”到现代化大规模制茶的跨越式发展。

“小时候挎着篮子跟父母去茶园采茶,那时觉得茶叶特别金贵,每天只能采一点点,炒茶都是用手在锅里炒。”鲁琦的父母是当时崂山区种茶第一批“吃螃蟹”的人,母亲思想超前,认为种茶叶比种粮食能带来更多收益,父亲则自主研发了崂山区第一台炒茶机器。

1992年,鲁琦的父母找邻居东拼西凑了1000元买来茶叶种子,“最开始他们也不知道能不能成功,连续三年种茶失败,直到第四年才成功。”鲁琦说,“当时会种茶的人很少,其他人买来种子以后,我母亲就免费教大家如何种茶、如何管理茶园。后来我母亲又出去学习如何炒茶,回来后教大家如何将茶叶制作成产品,就这样带动了很多人种茶、炒茶。”

从1992年开始种茶,到2012年成立青岛露凝春茶业有限公司;从崂山王哥庄最早种植绿茶的茶厂,到传承而来的茶企……如果说,上一代茶人让崂山茶在这片土地上“从无到有”,在父母的言传身教下,鲁琦代表的这一代新茶人,正努力地将崂山茶推向“从有到精”。

转型的阵痛

无论是第一代茶人,还是现在的新一代茶人,重要的是,他们都热爱这份事业。中国茶叶流通协会副会长、青岛市茶文化研究会会长匡新说:“从来没有一种坚持会被辜负。”如今,迭代的不仅是崂山



鲁琦从小在茶园长大,见证了崂山茶一路从“小打小闹”到现代化大规模生产的跨越式发展。

茶,还有在传承中创造未来的新茶人。

“以前父母那一代,买茶的大多是年纪稍长的人,或是年轻人买茶送给父母的居多。这几年茶叶的受众中,年轻人的比重不断增大,说明年轻人对茶文化的认知在不断提高。”鲁琦告诉记者,“为了迎合年轻人的口味,我们在保留传统茶类的基础上,从2018年开始研发了崂山花果茶、桂花红茶、桂花绿茶等新式茶类。经过这几年的推广,虽然与传统茶类还有一定差距,但新式茶类的销量正在逐年上升,2020年以后新品的销量可以占到总销量的30%左右。”

其实对于“茶二代”来说,创新更难。地方品牌的崛起、产业发展的滞后、电商的崛起等一系列因素倒逼这些年轻一代不得不进行突破。

“以前崂山茶凭借独特的口感和耐泡性等特点,在中国茶中独树一帜。但是随着北方茶种植越来越规范、茶苗的成活率越来越高,一些地方品牌开始崛起,崂山茶的竞争压力也越来越大。并且崂山区寸土寸金,扩大产量有难度,导致崂山标准化种植的产业园比较少,崂山茶的产量一直比较低。”鲁琦认为,“崂山茶园分散,很难集中管理,导致原料标准参差不齐,每个茶园生产出来的茶叶不同。

如果要做精品,就要实现标准化、规模化。”

“崂山茶种植面积约2万亩,日照茶园面积约有30万亩,日照茶、海青茶对崂山茶的冲击还是比较大的,它们种植面积大、价格也相对较低一些。由于崂山茶种植面积少,没有足够的产量支撑,每到年底都是‘空库’的状态,所以一直没法做线上销售,如果在线上开店必须要有足够的量支撑才行。”谈起目前的发展现状,鲁琦表示,“70%的散户还是以本地市场为主,樱桃节、鲅鱼节、崂山茶节等节庆活动对崂山茶品牌的推广有一定的带动作用,越来越多的人愿意选择本地产品。这几年我们一方面加大对茶叶品质的把控,一方面迎合市场需求,在包装上加入年轻人喜欢的原创手绘等元素,开拓年轻人市场。”

对茶园有着深厚感情的鲁琦,正在推广茶文化的研学之旅,以茶文化带动品牌价值方向,讲好崂山茶的品牌故事。她表示,“作为青岛市科普基地,我们还将重点放在茶旅融合方面,将茶叶与旅游产品相结合,开展亲子游、茶艺培训等活动,将传统文化传播出去,吸引更多人到当地来。”

茶企遇到的问题,也是当下崂山茶产业发展面临的痛点。对于“茶二代”来说,既是机遇,也是挑

战。就像鲁琦在接受采访时所说,“老一辈打江山很难,我们这一代守江山更难。老一辈人想的是怎么把茶叶养好、炒好,我们这一代人想的是怎么守住崂山茶的口碑和产业,怎么把崂山茶做得更好、更精,让更多人知道。对我们来说,并不是‘大树底下好乘凉’,而是如何让大树更加枝繁叶茂。”

富民“金叶子”

目前,崂山区从事茶产业的人员多达2万余名,注册登记茶企136家,种植面积约2万亩,年产量1500多吨,产值6亿余元,崂山茶区域公用品牌价值达15.98亿元,已成为名副其实的兴业富民“金叶子”。

崂山区农业农村局党组书记、局长苏本顺表示,今年,崂山区将以提升品质、做好品牌为导向,在做大规模上持续用力,推动崂山茶区域公用品牌价值突破17亿元。同时,在成功培育“崂山龙须”“崂山凤羽”高端品系的基础上,将启动打造“崂山白茶”高端品系,推动崂山茶向精深加工、高附加值方向转型升级,不断延伸产业链条。

青岛万里江茶业有限公司董事长、崂山茶协会会长江崇焕告诉记者,“今年雨水充沛,预计崂山茶的产量比往年提高10%,品质也将有所提升。”值得一提的是,今年崂山区借鉴杭州西湖龙井、苏州碧螺春等核心产区保护的做法,将全面启用“崂山茶数字化管理系统”,给每一份真正产自崂山的茶赋予“数字身份证”,实现从茶地到茶杯的全程可追溯。

一杯崂山茶,万般青岛美。传承的力量,风土的孕育,人文的滋养,成就了崂山茶“江北第一名茶”的美誉,让崂山茶走出青岛,走向全国。当家家户户因茶致富、因茶兴业时,万亩崂山茶,唱响的是崂山茶人生生不息、艰苦奋斗的交响曲。它见证着一方水土养一方人的故事,见证着一片叶子成就一个产业、富裕一方百姓的故事,见证着“中国茶,世界品”的文化交融和文化自信。

在山海间传承,在茶香中创新。就像鲁琦说的那样,“我不仅是崂山茶的生产商,更是茶文化的推广者。”在这一代年轻人的心中,茶园是他们成长的地方,不仅是一种情感的寄托,更是一份沉甸甸的责任。

一个游戏屋成了顾客的“梦想保留地”

■青岛财经日报/首页新闻记者 王振麟

在青岛,有一家店,来到这消费的顾客们,不光送店主礼物,还为店里修马桶、椅子、机器,甚至是帮忙拍视频、招揽生意……

这家店叫某天的游戏小屋。店主晓天,这位90后创业者,原先是一名自由摄影师,同时也是一位游戏、桌游的资深爱好者。他将自己的开店日常发到B站上面,其账号“某天的游戏小屋”目前已有47万多粉丝,作为电玩店创业这条赛道的“TOP”,他如何能吸引众多粉丝前来打卡?

开店之前,所有朋友都觉得这事儿要赔

记者从青岛市崂山区出发,根据导航坐地铁加公交花了1个小时40分钟,终于来到这家位于城阳区正阳路商圈的电玩店。

走进店内,店面陈列布置一如视频中的模样,而老板晓天,正在细心检查着桌子上的一堆物件。

“这些挂件是我3D打印出来送给粉丝的小纪念品,在进门旁的橱柜里还有很多种可以挑选。”见记者好奇,晓天解释道。

谈起自己喜欢的游戏,晓天语速快了起来,“我非常喜欢像塞尔达传说、骑马与砍杀之类的RPG(角色扮演开放探索类)游戏,因为在游戏的体验过程中,一切都是未知的。”晓天从小便热爱玩电子游戏,凡是市面上热门的主机和游戏,他总会第一时间入手,去享受游戏世界中的新奇与未知。

“一开始我身边没人玩主机,很多朋友算是被我拉‘入坑’的。”晓天说。2017年任天堂的switch刚上市,他就买了一台。那段时间,凡是来他家做客的朋友,体验过几局游戏之后,全都跟着买了switch,这也让他有了想开一家电玩店的想法。“提供一个场地,让爱好游戏的人能够跟朋友一起玩当下最火的主机和游戏,收费方式像KTV一样,按小时结算。”

2021年,晓天与女友小欣用自己打工多年攒下的积蓄,在城阳区的一栋公寓楼内开起了他们的第一家电玩店。据他回忆,当时全青岛市只有两三家这样的店。

“开店之前,所有朋友都觉得这事儿要赔。在他们看来一台游戏机几千元左右,爱玩的人自然会买。而一个新出的游戏光盘、卡带通过卖掉‘回血’的方式,相当于花几十块钱便可以体验完全,来电玩店体验一小时就要几十块,这一换算似乎并不划算。”另一方面,根据相关游戏业报告来看,在中国,主机游戏玩家相比手机游戏玩家与电脑游戏玩家人数更少,综合来看市场前景并不好。但晓天有着自己的想法。

“除了吃饭、电影、剧本杀,我们现在出门还能玩什么?”晓天告诉记者,年轻人的生活看似多姿多彩,但实际上能够供大家选择的娱乐方式并不多。晓天给自己的店的定位是主打体验与交流,给来到这里的顾客打造一个可以交到朋友、舒适放松的“第三空间”。



店主晓天和他的游戏小屋。

是所有人成就了这家店

门店开张之后,晓天将自己日常开店所遇到的有趣的人、有趣的事、经营的所思所想用视频方式记录下来,剪辑后发到网络上。

出乎意料的是,他的视频火了。短短几期视频,就收获了一大批粉丝,由于游戏小屋刚开始经营,很多人就在评论中出谋划策,晓天将他们称为“云股东”。

那时的电玩店是新事物,需要时间培育顾客。可晓天的店,第一个月就盈利了,有不少“云股东”前来打卡,这也坚定了他做下去的决心。

开店一年后,由于公寓楼不方便、面积小,晓天将自己的店搬到了现在的位置,一个他口中“一流商圈,三流位置”的地方。

“现在每个月房租七千多元,每年都会涨一些,之前我去看了市中心的几家商铺,租赁费用都在一两万元以上,对我们来说成本太高。当时看中现在这个位置,是因为有大落地窗,采光特别好。”晓天说道。房租占到开店成本中的很大一部分,虽然现在的房租仍然不便宜,但比起市南、市北、崂山等中心商圈还是便宜得多。

“当时签合同的时候,房东只打算跟我们先签一年,因为当时他觉得我们干不满一年。这边的烧烤店、酒吧大概三四个多月就倒闭了,从2022年搬到这里,周围的店已经基本换了一茬。”女友小欣回忆起当时,笑着说道。虽然地处“三流位置”,客流量并不多,但晓天与小欣信心满满,因为在他们背后有众多粉丝的支持。

他们为何有这么多人支持?或许可以在晓天的视频中找到答案。在视频中,晓天将自己店面真实的经营情况、视频的收益情况,一一记录、分享出来,向“云股东”们汇报。晓天与小欣的用心经营,让他们视频账号的粉丝越来越多。

现在晓天的每条视频都有几十万的播放量、几百上千的评论,其中一条评论曾让晓天很受触动:“这是一个不见面就能活得很好的时代,反而令我有点想与人相遇。”这句话道出了晓天的初衷,如今,他的店里坐满了来自天南海北的朋友。

不打游戏的顾客们

随着越来越多的粉丝来线下见面,他们的视频内容也在逐渐“跑偏”。

“有一些粉丝在我的店里工作,甚至写论文,我观察了一会儿,发现他们确实非常认真,他们将其他顾客的声音变成了自己的白噪音。我当时觉得挺神奇的,就记录下来发了上去。”晓天跟小欣回忆起来略带“无奈”地笑着说道,因为这是他们没有想到的。

一家休闲娱乐的游戏小屋,却有一群不打游戏的人,他们相安于这片“小天地”之下,即便不打游戏、各干各的事,一切都都很和谐。

来到这儿的顾客们,送店主礼物,帮店里修马桶、修机器,帮忙招揽生意,甚至连如今店里的招牌饮品——“崂山白花蛇草水咖啡”也是一位粉丝提供的创意。

“粉丝给我们画了画,还送了很多玩偶等等,为

了放下它们,我们买了好几个柜子,已经把这边摆满了。”晓天指了指身后那一排满满当当的橱柜对记者说道。这些礼物包括了高达模型、游戏道具、玩偶、成套的漫画书、当地特产。

分享快乐,成为游戏小屋的“信条”。有很多人迫于工作与生活的压力,无法再沉浸到游戏的快乐中,便将自己的游戏光盘等收藏交给晓天,将他的小店作为了自己“梦的保留地”。晓天将它们整齐地摆放在柜子上,他将这些视作一份信任,决心要好好保管。

热度之下

热度之下,并非都是鼓励与支持。

“我们2022年刚搬到这里的时候,总有人以各种理由来举报,直接影响到了正常经营。我们在发布视频予以警告后,就再也没有过了。”除了被人眼红骚扰,一些质疑声、不友好言论也伴随而来。“我现在已经习惯了,因为支持我们的人更多。要想成为一名视频博主,就应该学会自动屏蔽。”

晓天的成功创业,也带起了电玩店创业的热潮。打开B站、小红书等各大平台,人们可以搜索到相当多关于电玩店、桌游店创业的视频和帖子,但在晓天看来,这种趋势并不理性。

“每天都有人过来请教开电玩店的经验,这几年累积下来起码有一千多人。但我觉得其中有很多人没有考虑清楚。”晓天告诉记者,之前有位观众在看到他们的视频后,拿出15万元积蓄来开电玩店,这让他觉得太过冲动。

“他们之中,有很多人为了开店做了大量准备,有的甚至已经签完租约、开始装修。别人是带着答案来的,如果你给出相反的意见,他其实是听不进去的。”小欣无奈地告诉记者。

“电玩店其实赚的也是辛苦钱,收入有上限,我现在开店加视频创作的收益加起来并不比原先工作赚得更多。”晓天透露,高额的房租以及人力成本占据了大部分经营开销,晓天与小欣的绝大多数时间也都花在店里度过,没有多少个人时间。

“如今的市场可能已经是一片红海,有一些店在勉强度日,根本不赚钱,只是在硬撑罢了。像青岛这种城市,最后可能会存续二三十家电玩店,像城阳区的话,大概会有两三家,再多的话,就很难赚钱了。”晓天说道。

据记者调查,不少电玩店、桌游店在开业一到两年后就“不见踪影”,相关视频账号都已停更。

记者问到有什么想告诉同样想开电玩店、桌游店的同行,晓天低下头想了想:“别抱太大期望,降低预期是关键。开始前要充分准备,还要能接受不赚钱的结果以及他人可能带来的负面看法。再就是创业时,除了考虑赚钱后的情况,也要想不赚钱时如何应对,制定补救措施。我们走到现在,一直在努力改进,你不能安于现状,必须不断改变,才能避免被时代淘汰。”