

吴彩焱：用情怀做好茶

杨国标 叶华金

四年的茶学理论，在茶企做了五年评审、质检、研发，又做了五年供应链管理，十四年的茶行业从业经历，他对浓香铁观音情有独钟。作为科班出身的茶人，他希望通过专业知识，影响同行业人做得更规范。

他是三道火焙茶坊的主人吴彩焱，他用自己的名字注册了三道火茶业有限公司，既第一道火初焙，第二道火复焙，第三道火文火慢焙，这也是焙火茶的关键工艺。

因茶结缘 成为一级评茶师

2006年，当时铁观音市场火爆，尤其是清香型茶叶，市场上常出现“天价铁观音”。大学毕业进入八马茶业以后，吴彩焱就一直与浓香铁观音为伴。工作中，他知道了浓香型才是铁观音的传统工艺，是销往海外的主要茶品。

因茶结缘，他成为铁观音第十二代传人王艺生的关门弟子。王艺生对安溪每个山头的茶叶都了然于心，只要看了、闻了就知道出自哪里，还能说出茶的优缺点。接受了王艺生五年系统性训练，吴彩焱不敢说百分之百传承，但七八成功夫也是有的。现在，他是国家一级评

茶师和茶叶工程师，2017年，他还准备申报高级茶叶工程师。

其实，吴彩焱从来没想到自己要当评茶师，他的梦想是当一名老师，每天带着孩子们穿梭在时光岁月里，讲述光阴的故事，听孩子们爽朗的笑声，伴良缘过此一生。

从宁化出来的小伙，对茶叶的认识不多，吴彩焱小时候接触的茶叶，就只有奶奶亲手采摘制作的宁化草青绿茶，根本谈不上有商业茶情。高考结束填报志愿时，他听了同桌的建议，报考了福建农林大学园艺学院的茶学系，误打误撞，他成了一名科班茶人。

学茶文化，对茶叶的整体认识，从育种到深加工，再到走上工作岗位，茶叶，在吴彩焱的身上蔓延。正

如一缕茶香，在斗茶台里徐徐飘散。他说，茶叶，非常深奥，非常有意思。

专注浓香铁观音 做有标准的好茶

十年的工作，吴彩焱深入了解到浓香型茶叶市场的成长，但是市场上的产品质量参差不齐，虽然身在茶叶名企，但他一直想做自己的茶，他要做有标准的好茶。2015年底，他辞去工作，全身心专注自己的茶事业。

2016年1月到3月，吴彩焱在茶馆沉思，给自己定位。4月份选址、设计、装修。5月在安溪定原料开发产品，再设计品牌形象，从想法落地到产品上架，不到两个月的

时间，他推出了第一批浓香铁观音产品。

做浓香铁观音非常有讲究，不是所有的茶都能制作成浓香型好茶，原产地、高海拔、正季、中开面、传统工艺制作……对于选茶也很关键，选茶的时候，吴彩焱在山里一待就是十几天。

采摘、制作、分堆，一个流程下来一般要到下午两三点，然后还要在厂里督促工作，去掉茶青质量不好的，去掉发酵程度不够的……每个茶季，吴彩焱每天要工作20多个小时，每片叶子每道工艺，都凝聚着专业茶师的温度和情怀、传统和经典。

晒青、做青、杀青、揉捻、烘焙，对于吴彩焱来说，做茶已经不是什么难事。但要做出标准的焙火茶，他说还需要继续努力。

专注浓香铁观音，吴彩焱的目标是做成行业的标杆企业，浓香型铁观音有标准可循，他要用实际产品结合文字、视频材料，告诉消费者，什么是真正的焙火茶。

暑往冬来，三道火茶业公司已



吴彩焱烘焙茶叶



吴彩焱店铺照片

经推出了春秋两季产品，而吴彩焱的公司，也逐渐步入了正轨，和当初的梦想相比，作为一名茶人，与梦想中的老师，是完全不一样的生活。

作为茶人，春季忙碌十天，秋季忙碌十天，一年二十天的基地生活，其他时间每天泡几壶茶，日子就这样不知不觉过去了。但是作为企业主，吴彩焱带着的是一份社会使命，茶叶，让他觉得有更多事情要做。每天梦醒后就想着自己要做的事情，每天睡前也想着还有很多事情没做。人家都说“知识改变命运”，而他是，茶叶改变命运。

361°：抓住体育产业的黄金十年

高建生 陈芳

1月8日，361°集团于福建省晋江五里召开“赢战2017”年度战略会议。361°集团五大事业体（包括361°运动、361°儿童、361°国际线、361°电子商务和ONE WAY）核心管理团队及经销商出席此次会议。会议上，361°集团总裁丁伍号代表董事会肯定了全集团所有员工在2016年度的优异工作，同时安排和部署了2017年度的集团核心战略。

2016年，361°集团全面推行多品牌战略部署，五大事业体都取得了显著的成绩，集团年中财报也呈现了稳定增长。作为2016年里约奥运会及残奥会官方合作伙伴，361°成为国内第一个赞助奥运会的体育用品品牌，并将“多一度热爱”的品牌精神传递到了巴西以及全世界。在奥运会场上，361°赞助的运动资源，包括希腊、南非国家代表团，中国国家游泳队以及中国国家自行车队，都取得了优异的战绩。此外，在原有运动资源基础上，361°又签约刘湘、张雨霏以及吉默·弗雷戴特等优秀的运动员，并将通过他们把361°品牌精神更好地传递给消费者。



361°集团“赢战2017”年度战略会议

2017年，361°将继续推进集团多品牌战略的全面实施：361°运动将在品牌、品类和产品力上综合发力，聚焦跑步和综训两大核心运动

品类，建立以消费者需求为导向的价值链体系，并通过品牌传播、渠道优化、会员营销和体验活动等方面全方位地向消费者传递“多一度热

爱”的品牌精神；儿童事业部将坚持专业运动路线，并在品牌、商品、零售、供应链和营运等五个方面继续优化升级，围绕既定的愿景和使命，

充分利用二胎政策人口红利，保证品牌持续、健康和稳定地成长；国际线事业部将继续依托台湾设计中心、美国分公司、巴西分公司、欧洲分公司和厦门总部等五个国际化专业团队，在现有近1400个销售点的基础上，持续推出受到国际权威机构认可的专业运动鞋款，并继续拓展海外其他区域市场，保证海外市场销售额的稳定增长；ONE WAY事业部将继续充分整合ONE WAY芬兰总部的顶级运动资源，在商品体系、渠道组合和品牌传播等三大方面进行战略升级，力争成为备受消费者信赖的户外运动品牌；电子商务事业部将协同线下销售战略，继续打造亿级旗舰店，实现从全渠道经营模式向全零售运营模式的战略转变。

面对未来的机遇与挑战，丁伍号表示：“中国体育产业已经上升为国家战略，未来十年是中国体育产业的黄金十年。361°集团将继续坚持多品牌运营战略，通过五大事业体为中国乃至全球消费者提供世界顶级的运动装备。只要361°人始终秉承‘多一度热爱’的品牌精神，以消费者需求为导向，就一定能够抓住机遇，赢战未来！”