

# 吴彩焱:让世界爱上中国茶



## 小公司的初成长:做有标准的好茶

从大型茶企出来,吴彩焱在厦门开了一家茶舍,以茶会友,以茶为乐。小本经营,对于谋生也算绰绰有余。吴彩焱自己曾感叹:“在一家企业待了十年,出来才知道天空有多大。”

2016年初,吴彩焱不再安于小茶馆的舒适,“还是想做茶”。4月份选址、设计、装修。5月在产区定原料开发产品,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,店铺开业,第一批产品就上市了。

晒青、做青、杀青、揉捻、烘焙,对于吴彩焱来说,制作乌龙茶已经不是什么难事。吴彩焱说自己最拿手的就是做茶叶,也只会做茶,“做乌龙茶非常有讲究,原产地、高海拔、正季、中开面、传统工艺制作”……越有讲究的事情,他就越喜欢钻研。

用他的话说,就是茶叶非常深奥,非常有意思,每片叶子每道工序,都凝聚着专业茶师的温度和情怀、传统和经典。

专注乌龙茶,吴彩焱的目标是做成行业的标杆企

业,让乌龙茶有标准可循,影响同行业茶人,把茶做得更规范。随着市场的扩大,吴彩焱把产品扩大到红茶、白茶、茉莉花茶等系列。

创业,吴彩焱坚持用心做好茶,经过两年时间的努力,三道火茶业在传统茶市场打开半壁江山,注重产品质量和品牌元素,在庞大的茶叶市场掀起一波浪潮,同时,公司进军调饮茶市场和新式茶饮品牌,并创立 Tea cap(茶靠朴)品牌,为多家大型连锁餐饮品牌机构供应茶叶原料,成为行业的一匹黑马。2017年,三道火茶业有限公司还被评为中国成长力企业百强。

从茶舍到公司,去年建设了小型的加工厂,今年又投资建设了标准化的生产线,三道火茶业公司从创业到初成长,吴彩焱说自己“刚刚经过了初创期,现在才走上发展期”。2018年6月,三道火茶业有限公司在参加世界中小企业大会上,吴彩焱又一次把目标瞄准了国际大市场,他要把茶叶销往全球,让世界真正爱上中国茶。

深耕茶行业十余载,坚持用情怀做好茶,创业三年出奇迹。

四年的茶学理论,十年的大型茶企工作经历,自己创业仅三年时间,就从一家小型的创业公司成长为初具规模的发展型企业,曾获评“2017年度中国成长力企业百强”。2018年6月,公司获得世界中小企业大会指定供应商资格。

从茶舍到茶业公司,从产品到礼品,从礼品茶到调饮茶……吴彩焱把茶叶做得精益求精,难怪朋友们都说他做茶不仅专业,更有梦想。

## “茶还应该具备食品属性”

茶叶起源于中国。柴米油盐酱醋茶,在爱茶人眼里,茶应该属于生活必需品,在吴彩焱眼里,茶叶还应该具备食品的属性。

“通过我们的种植和特殊工艺加工保持茶叶的风味口味不变,让制作的茶达到标准化,把茶当做食品来做。”吴彩焱认为,国盛茶兴,当前正是行业前景良好,茶叶将迎来一波新的增长浪潮,传统茶和新式茶饮也会是主流消费方式。

吴彩焱透露,传统茶和调饮茶是三道火的两个重点产品,公司从初创就主推传统茶,2018年推出调饮茶系列后,今年又逐步扩大调饮茶市场比重。将来,在保持传统茶品类丰富和更新的基础上,再扩大新式茶饮的研发投入。在茶企工作时吴彩焱就做过大量的出口业务,了解国外的饮茶市场,熟悉他们的产品要求,他说,争取在短期内让新式调饮茶占有绝大部分的业务量。

除了传统的门店调饮茶市场,三道火茶业推出的 Tea cap(茶靠朴)新式调饮茶品牌也吸引大批创业者加盟,目前已经同二十多家行业内知名品牌的调饮茶企业达成原料输出服务,平均每月输出原料近百吨。除了原料输出,三道火茶业还推出了原叶袋泡茶,多渠道发展,更符合国外的饮茶习惯,同时也为三道火进军全球市场打好基础。

“公司已经开通淘宝、天猫、京东等传统电商渠道,在阿里巴巴上也开通了供应渠道,对接全球采购市场”,吴彩焱介绍,今年的目标就是让三道火茶业通过网络布局,走上全球化的道路。

吴彩焱还表示,未来计划将三道火和 Tea cap(茶靠朴)品牌同时推进,更趋于稳步发展,在保证产品质量安全、标准化和品牌化的前提下,丰富、升级产品,在合适时机或有资本扶持的情况下迅速复制,将向全国拓展。

