

95后海归主理人

## 让赤壁青砖茶“潮”起来

湖北日报全媒记者 夏中华 记者 陈婧  
特约记者 但唐静 通讯员 吕志海 雨虹

初冬时节,万里茶道源头,咸宁赤壁市羊楼洞古镇,青砖茶的木质陈香在空气中飘浮。一段数百米的青石板古街上,聚集数十家门店,有着复古雕花门窗的“洞茶古今”招牌店格外显眼。里面,袋泡

砖茶时尚小巧,玻璃闻香器造型别致,吸引大量年轻游客拍照打卡,品茶闻香。

百里之外,武汉江汉区淮海路,“洞茶古今”门店,年轻消费者同样排着队,等着一杯又一杯以赤壁青砖茶为基底、配合鲜奶调制出的青砖奶茶能尽快喝到嘴里。此刻,在线上,“洞茶古今”品牌自制微短剧各平台播放量突破60万。其团队设计

制作的茶宠等多个创意周边,更是在互联网上受到欢迎。

千年赤壁青砖茶,越来越有潮滋味。2024年,95后海归创业雷寒峰返乡创业,成为新锐茶饮“洞茶古今”的品牌主理人。运营刚满一年,已在赤壁、武汉两地连开4家店,主打产品“青砖白露”成为爆款单品。

因为不甘心,  
“95后”返乡泡茶

雷寒峰出生在赤壁羊楼洞。大学期间,因出色的英语能力赴美交流,成功促成校企合作;后来,又远赴法国SKEMA商学院攻读项目管理;留学期间,她自学摄影与剪辑,成为活跃在INS上的时尚博主,频繁受邀出席巴黎时装周。

“以前,我的世界是秀场、品牌、流量和全球视野,茶似乎属于另一个安静而古老的世界,与我无关。”雷寒峰坦言,在她的童年记忆里,的确总萦绕着青砖茶香——夏天食欲不振时,爷爷会用放凉的茶汤给她泡饭。奶奶则在古镇老街上经营着一家名为“雷家老铺子”的小茶铺,一方柜台,几摞茶砖,便是她最早认识的“生意”。但,从未想过以茶为业。

2019年回国后,雷寒峰先是在美妆企业做管培生。2022年,她创立轻奢皮具品牌,线上年销售额迅速突破500万元。去年,她决定为家乡产业注入新的血液。

赤壁青砖茶有上千年的历史,明清时羊楼洞不足一平方公里的古镇更是汇聚200余家茶庄,成为国际茶业贸易重镇。然而,进入新千年,这里的青砖茶产业底蕴深厚,却活力不足。历史悠久,却鲜为年轻一代所知。

“我当时其实犹豫了很久。很现实的原因是,茶赛道辛苦,利润率不如时尚行业,我的团队也不看好。更重要的是,疫情之后实体没那么好做了。”雷寒峰回忆。

不过,她很快被看到的现实刺痛。“在湖南,‘茶颜悦色’门庭若市。我们羊楼洞茶文化历史悠久,年轻人却不买账。为什么湖北不能有自己的文化消费品牌?”雷寒峰心里憋着一股不甘心的劲儿,也意识到,她所拥有的品牌运营、视觉表达、跨界思维,或许正是家乡老产业最需要的新鲜血液。去年,雷寒峰毅然决定,带领团队返乡“二次创业”,打造赤壁青砖茶新式茶饮潮牌。



## 用时尚语言,讲述古老茶事

让青砖茶饮出圈,产品研发是首要的挑战。

赤壁青砖茶因含茶梗而具独特木质香,如何与乳品完美融合?团队建立起严苛的盲测体系,招牌产品“青砖白露”历经5个月、数十次配方调整,最终找到青砖茶陈韵与鲜奶醇香的最佳平衡点——入口茶香清雅,继而奶香绵密,尾调甘润悠长。

2024年12月28日,赤壁新街门店与武汉首店同步开业。前者是简单的洞茶铺子;后者则像一座“微型青砖

茶文化馆”,复刻石板街、陈列茶史地图、详解制作工艺,让年轻人在一杯茶的时间里,读懂三百年商贸文明。

以文化为基,雷寒峰将新创的品牌命名为“洞茶古今”——寓意羊楼洞的茶,从古至今,故事绵延。为重塑古老青砖茶形象,她运用时尚思维,LOGO采用女冠头像,致敬王昭君、文成公主等沟通边疆文化的传奇女性;杯身与手提袋绘制万里茶道主题插画,讲述茶叶连接中原、蒙古、俄罗斯的故事。这些设计迅速成为文化爱好者的收藏品。

品牌并未止步于线下。雷寒峰带领团队拍摄文旅微短剧《洞茶古今》,她亲自出演女主角——一位不愿继承家业、却因穿越见证历史而决心复兴青砖茶的古镇青年。剧集在羊楼洞实景拍摄,再现古法制茶、鸡公车运茶的场景,让尘封的历史生动感人。

“传统文化需要当代表达。”雷寒峰说,他们试图通过一杯奶茶、一家门店、一部短剧,搭建与年轻人对话的桥梁。目前,门店高峰期日销招牌青砖白露可达300杯。

## “用一块赤壁砖,撬动更多中国茶”

12月19日,武昌万象城内,“洞茶古今”第四家门店在一缕温润茶香中悄然启幕。新店延续品牌独有的“微型茶文化馆”气质,巧妙融合赤壁青砖茶之乡与咸宁楠竹之乡的双重文脉——竹影婆娑摇曳于中式窗棂之间,与墙面《万里茶道古今图》的经纬脉络相映成趣。茶香与竹韵在此交织,传统造物智慧与当代空间美学达成默契对话。

开业当日,暖光透过竹编灯影洒落,年轻身影在茶香萦绕中流连。有人俯身轻嗅砖茶陈年木质香气,有人举杯端详那一抹沉淀时光的“青砖绿”。“原来老茶可以这样轻盈地融入日常,一口下去,仿佛能听见茶马古道上的悠悠铃响。”手捧“青砖白露”的00后女生轻声感慨。几乎同时,小红书、抖音上,关于“竹影茶香”的空间美学

与茶汤风味的图文视频已悄然传播——传统茶文化在数字世界里,同样找到了年轻的知音。

市场的回响来得迅速而真切。随着万象城店的亮相,武汉多家高端商业体向“洞茶古今”递出的合作邀约愈发密集。这不仅是商业层面的认可,更是对品牌文化表达方式的深度共鸣。

“一家店的成功容易,一个产业的复兴却需要更多人。”面对纷至沓来的合作意向,雷寒峰保持着清醒的认知。她系统地将每一间门店打造为“青砖茶文化驿站”,悉心培养店长与店员成为“茶史讲述者”,不仅传授冲泡技艺,更培训他们如何用短视频,说出茶砖背后的山河岁月。她也在持续寻找愿意接过这缕茶香、并将之传递下去的年轻人。

这份“以茶载道”的坚持,正是品牌

口号“用一块赤壁砖,撬动更多中国茶”的生动实践。于雷寒峰而言,“撬动”二字,轻在商业拓展,重在文化唤醒。她所构想的未来,是以赤壁青砖茶为原点,连接更广阔的中国茶文化谱系,最终构建一个由年轻人共同守护、既扎根历史又鲜活生长的传播生态。

站在竹影摇曳的万象城店内,看着传统青砖茶以轻盈时尚的姿态融入都市潮流生活,雷寒峰说:“我们呈现的从来不只是一杯茶饮,更是一个可触摸、可品味的文化入口。希望每一口茶香,都能让更多人感受到,砖茶背后还有一条依然呼吸的茶路。”从古镇老街到城市商圈,这块穿越时光的古老茶砖,已推出十余款青砖茶、米砖茶系列饮品,在新时代的语境下撬动更多关于中国茶的想象与可能。

