

“牡丹迎客季”行业人物故事系列——

国风文创茶点

小哥哥们的创业路



毕赵科在包装茶点

□洛报融媒记者 宋扬 文/图

“洛阳这两年越来越时尚了，很多冒出的新鲜事物直逼一线城市。”

“可不嘛，尤其在文创方面，有不少国风 and 时尚结合的亮点，特别贴合城市特色。”

近年，汉服让洛阳文旅火出圈，国潮、洛阳特色等元素的文创产品让游客和市民赞不绝口。最近，一种新中式国风茶点兴起，让人们看到了传统古都的另一款时尚“爆点”。本期，我们走近两位洛阳原创茶品牌的主理人，看看他们的创业新点子。

1 万锦一白下午茶，突然变成“网红”打卡点

近期，经常有外地游客，循着抖音或小红书上洛阳文旅、美食博主的介绍，迈入万锦酒店的一楼，来品尝别具一格的文创国风下午茶。

“我们突然莫名其妙地火了，成了网红打卡地。”万锦一白文创下午茶的主理人毕赵科如是说。

此前，他们并没有专门在短视频上做宣传推广，但是独特的糕点造型、本土元素的茶饮名称，加上国风古韵的摆盘，吸引了网红博主的拍照和推广，这个下午茶就此火了。

此外，万锦酒店所在的洛邑古城自带流量，也给万锦一白下午茶带来了源源不断的客流。牡丹文化节期间，满座是常态，常有客人等位，或因时间原因带着遗憾离去，火爆程度可见一斑。

该下午茶之所以吸引人，一是蛋糕漂亮可口、天然手工，“国花牡丹”“洛阳天堂”“洛阳石狮”“洛邑拱桥”等8款洛阳元素造型让人既想赶紧品尝，又舍不得下口；二是牡丹花茶、陈皮洛神赋等茶饮自带洛阳特色，色泽和卖相都好；三是在精品民宿的一楼享用，古风厅堂和天井院等环境优雅、精致。

2 创业人：洛阳化妆品专柜首个男导购

酒店是如何推出文创下午茶的？毕赵科又是如何创业的呢？

说到这儿，不得不提到十几年前本报曾报道过的，洛阳化妆品专柜的首个男导购。彼时，我市的化妆品专柜清一色女店员，毕赵科就是王府井百货迪奥专柜的首个也是唯一的男导购。两年后，他凭借出色的能力成为迪奥培训师，全国各地出差，当然也少不了体验不同的酒店和下午茶。

“在外漂了几年，可能是到了一定年纪，故乡的基因忽然苏醒了，我还是想回洛阳做个自己的事。”毕赵科一边干老本行轻奢品专柜陈列师，一边拿出全部家当，成为云华里和万锦两家精品民宿酒店的投资人。“疫情过后，酒店经营形势好转，我辞职专门管理。”他说，一开始就是想给酒店做下午茶，于是和一白烘焙合作，研发了这个文创下午茶品牌。“以前，我做时尚、奢侈品行业，带给我眼界和审美优势；如今，我更关注传统人文，尤其是洛阳的非遗文化，经常参加相关讲座和研学，不断充实自己，才能通过文创，讲好洛阳故事。”

3 洛阳原创新中式茶品牌，用纸和烟营造氛围

同样在洛邑古城，一家名为“洛纸茶烟”的新中式茶饮品牌店正在紧锣密鼓装修中，即将开业。今年年初，位于万达广场负一楼的“洛纸茶烟”首店开业，以红色为基调，国风古韵与现代元素结合的敞开式店铺，吸引不少市民及外地游客打卡。

许多人对“洛纸茶烟”的名字颇感兴趣，好奇它是不是洛阳的原创品牌。店长吕俊超介绍，该品牌确实为洛阳人原创的洛阳茶饮品牌，主打“老茶新喝”的理念，目前茶饮的设计和名字都是传统中国茶，下一步，该店的卡通武则天形象，会把神都洛阳的特色巧妙呈现。

操作柜台敞开，客人围台而坐，亲眼见证“小二”冲泡茶饮，随后，递到眼前的是一杯可以带走的外带包装茶饮。印着诗词、充满古韵的杯子，顶端冒着袅袅烟雾的迷你紫砂壶，再配一张关于茶饮口味介绍的卡片，“纸”和“烟”将氛围感拉满。



充满创意的新中式茶饮

4 创业人：“00后”海归的家乡情结

得知该品牌创始人是“00后”，许多人感到惊叹。

冯义斌，21岁，从新加坡留学归来的大学生。“那边的本科只需两年就能读完。”他说，“毕业后也曾想过去大城市发展，但最终更愿意回洛阳创业。”

“不要以为‘00后’不喜欢传统文化，现在的年轻人很多都爱国潮，也注重养生。”冯义斌说，自己就很喜欢喝茶，所以在创业时他放弃了已经“卷”起来的咖啡，选择新中式茶饮。

以前对茶叶一知半解的冯义斌，学习了茶的基本分类等知识，并考察了上海、杭州、成都等地的新中式茶饮。为了掌握冲泡技巧，他专门到上海一家新中式茶饮店打工，回来自己揣摩并设计产品。“店里第一个泡茶师就是我，我掌握方法，教大家，做员工培训。”冯义斌说，考虑到现代人对健康和清淡口味的追求，他做乳茶时特意将浓郁的牛奶换成口感轻薄的，突出茶的味道。

除了洛邑古城二店，接下来一些商场和景区是该品牌的“主战场”。冯义斌说，既然做就打算把本土原创品牌做好，让游客和市民认可。“不管结果如何，趁年轻试错成本低时好好努力一把，才不后悔。”冯义斌说，“我爱家乡的底蕴，我也看好洛阳的发展。”



具有洛阳特色的下午茶