

茶界“狂人”简伯华

在茶业界，简伯华有两个别号，一曰“茗风逸士”，一曰“茶癫子”。一雅一俗，相映成趣；雅得高洁，俗得张扬。

简伯华是湖南怡清源茶业有限公司的掌门人，一个集内敛与狂放、淡泊与狂热、低调与狂野于一身的人，一个侠骨柔肠的人，一个真性情的人。他的“狂”，有如王羲之的狂草，飘若浮云，矫如惊龙，收放自如，自有章法。

他的口头禅是“老子不信邪”，语气中有一种傲狂，骨子里散发出来的却是面对困难时的坚韧和无所畏惧的凛然。

“老子不信邪!”这是简伯华的口头禅，说这话的时候，他目光如炬，手指用力戳几下，仿佛那里真有个“邪”。

不信邪的简伯华是个不安分的人。1992年，他辞去了长沙卷烟厂原烟科长的职务，决定单枪匹马闯荡茶叶市场。很多人对他的这个决定扼腕惋惜，但他相信，只要开始，就是一次壮丽的旅程。

很多年后，事业成功的简伯华自喻为“三农”：出身农家，毕业农大，从事农业。可创业之初，他却是个“三无人员”：无品牌、无市场、无资金。1993年4月，简伯华第一次到石家庄考察市场，下火车后就被两个地痞敲诈了。后来他租了个60多平方米的破门面，创办了永兴茶庄。这既是门店，又是仓库、宿舍和厨房，他还花50元买了辆旧单车联系业务和送货。后来，他决定把产品打进石家庄市最大的商场——人民商场。好不容易见到经理，可对方连名片都不接。不服输的简伯华把心一横：老子不信邪！他骑着破单车，迎着凛冽的寒风，穿行在茫茫人海中，寻找新的客户。后来他戏称，就是这辆破单车，拖出了个新世界。

经过1年多的努力，简伯华终于在石家庄及周边地区打开了局面。小有收获的他并不满足，1996年，他回到长沙，在高桥大市场开了3个门面，茶叶生意越做越大。1999年，湖南省怡清源茶业有限公司成立，连锁网络每年以100家左右的速度扩增。不信邪的简伯华，硬是从一个破旧的小门面，把生意做得风生水起，波澜壮阔。

当其他茶叶企业还在用传统的营销模式经营时，不信邪的简伯华却在2007年玩

起了网络营销。头几个月，网店几乎门可罗雀，但简伯华“就是不信这个邪”。到2008年底，怡清源终于用一笔一笔的成交换回一顶宝贵的“皇冠”。目前，仅怡清源淘宝旗舰店CTOC店铺的会员数已经超过10万名，日销售额数万元。当初连电脑打字都不会，闭关数日，潜心研习，现在居然成了网络营销专家。

他倾注自己所有的精力，百折不回，用心做茶，一切为了茶。那种痴狂让人动容，“怡情源”的成长速度令人瞩目。

“制茶精工人不见，用心良苦天有知”，简伯华书写的这副对联，是他专心做茶、专注于茶、专业制茶的生动写照。

2000年，怡清源在长沙市开起了第一家专卖店。此后，以每年新开办20多家专卖店的速度迅速扩张。就在省内茶界还在家门口打价格战的时候，怡清源又放眼四海，在北京、上海、广州等一线城市摆棋布子，触角随即又伸及二线城市石家庄、沈阳、济南等地。2006年，怡清源把专卖店开到了英国伦敦。怡清源激活了湖湘茶业市场，形成了业界轰动的“怡清源现象”。简伯华甚至放出“狂言”：怡清源是在竞争中长成的，从来就不怕竞争。

2007年，怡清源投资5000多万元在安化建立怡清源黑茶厂。进入安化后，简伯华并没大张旗鼓，很多人纳闷：这个企业到底想干什么？简伯华说：我们做出来以后，大家就会知道。简伯华招揽安化黑茶界顶尖的专业技术人员，成功推广已停产的安化千两茶，引起国内茶业界的广泛关注。他还不断推出“黑玫瑰”、“野尖黑茶”等新产品。益阳市委书记马勇称赞他说：为人低调，做事有道。

简伯华说，产品研发，就如同给企业的营销人员造核武器。为此，他成立了怡清源科技中心，集结了湖南农大博士生导师刘仲华、我国最著名的女茶叶专家之一张流梅等一大批顶级专家。在专家的带领下，怡清源开发了多项拥有自主知识产权的产品，如“黑玫瑰”茶是中国第一款女性生态保健美容茶，有活血美容、排毒养颜的功效，获四项国家专利，被称为“杯中的美容院”；以野生茶树品种研发的“野尖”黑茶，能降脂、降糖、降压，是湖南高档黑茶的顶尖品牌；“野针王”是罕见的优质地方特

色产品，是中国高档绿茶至尊。十多年前白手起家、筚路蓝缕、默默无闻的怡情源，今天已成长为湖南茶业名头最响和最富竞争力的企业，在省内行业中第一个拿到“中国驰名商标”，每出一款新产品都被市场热捧。强大的产品开发能力，已经成为怡清源领跑行业的强力保证。

“不做别的，一切为了茶”，这是简伯华一直坚持的信条。现在，怡清源茶业已成为中国茶叶知名企业、全国百家大型农产品流通企业、全国新农村建设百强示范企业、湖南省农业产业化龙头企业。在2009年首届中国黑茶文化节上，怡清源野尖黑茶获“万人斗茶大赛”金奖，从此奠定了怡清源安化黑茶第一品牌地位。湖南省茶业协会会长曹文成评论道：简伯华是引领湘茶发展的灵魂人物。

简伯华用传统的茶文化克服现代文明的浮躁，他全程声援“祥和中国节”申遗活动，他信守一种叫做“道义”的承诺。他品性中的“癫狂”，就像茶一样，韵高致静，却沉稳醇厚、深重绵长。

热爱茶的简伯华具有深厚的传统文化修养。他认为，从神农尝百草发现茶到今天，茶的演变和发展与中华文明的历程相始终，茶产业半文化，茶叶企业必须借重文化打天下，文化才是财富增长的最终推手。

2000年，解放西路第一家酒吧开业，简伯华也把怡清源茶馆开到了这条“酒吧一条街”上。在这个夹杂着过多酒精、荷尔蒙、欲望与冲动的地方，清雅幽静的怡清源茶坊显得有些落寞。简伯华说：“长沙这座城市太过浮躁，我想看看传统的茶文化能否抵挡得住这种浮躁。”10年后的今天，解放西路那些喧闹一时的声色场所几许沉浮，简伯华的那家怡清源不仅安安稳稳地在，还开到了英国伦敦和伯明翰。

2009年，简伯华弄了个大手笔，在安化黄沙坪投资5000多万元建造了一个全国一流的黑茶加工厂和世界最具特色的黑茶文化主题宾馆——茶马驿站。在这个安化黑茶文化大观园里，你可以听到嘹亮的千两茶号子，你可以看到穿越古今的古老制茶工具，你可以闻到历久弥香的黑茶香气，你可以感受到高城马帮的万丈豪情，你可以触摸到安化黑茶千年来的历史脉络……黑茶的文化内涵，在这里得到了淋漓尽致



湖南怡清源茶业有限公司董事长简伯华

的体现。简伯华为茶马驿站题咏：堂引南岳紫气，享对世外桃源。廊听洞庭波涌，涛声依旧；阁揽武陵神峻，山高水远……

简伯华还组建了清源茶文化艺术团，创作了一系列的怡清源茶歌舞、茶书画。怡清源茶文化艺术团是湖南省唯一的茶艺专业艺术团，也是湖南省第一家经政府劳动部门批准成立的茶艺培训中心，独创的“潇湘八景茶艺”等表演，多次荣获湖南省茶艺、茶道大赛冠军，并代表中国赴韩、日进行文化交流，被誉为“茶道潇湘第一家”。

2010年8月1日，“祥和中国节”第一季

——我们的节日系列推广活动暨炎黄子孙倡议申遗大行动在人民大会堂召开新闻发布会。简伯华在会上发出慷慨激昂的倡议宣言：中国人要过中国节，中国节要有中国味。他说：“中国的传统节日都与茶有关，作为此次活动声援团团长，我感到责任重大。”这场年度最激荡人心的文化事件，简伯华全程声援，表现了一个民族企业家的道德良知和社会担当。

这就是“狂人”简伯华。他品性中的“狂”，恰是文人的狂傲、拓荒者的狂野，以及对茶叶的狂热。

苏志勇：描绘中国茶都好风光



提起苏志勇，在素有“中国茶都”之称的福建省安溪县可谓大名鼎鼎，看看他的“成绩单”就明白了：他创办的安溪珍田茶叶合作社，带领一个山区贫困村的50多户农民，走上规模化种植铁观音的路子，仅仅几年时间，乡亲们日子就芝麻开花节节高，各种家具、家电、小车一应俱全，人均年收入达到6000多元，一跃成为远近闻名的富裕村。

面对茶叶合作社理事长的头衔，刚过而立之年的苏志勇却憨憨地笑着说：“其实，我更喜欢让别人知道我是一名退伍兵。”

初见苏志勇，端庄挺拔，略显清瘦，棱角分明的面庞，流露出军人的坚毅与果敢。2000年12月从部队退伍后，回到家乡珍田村，看到村貌依旧落后、村民依旧贫苦，苏志勇心里久久不能平静。改变家乡贫苦落后面貌，一直是他从军前的一个夙愿。2001年春

大，他开始了圆梦行动。

俗话说：万事开头难。对于苏志勇来说，一腔的创业激情和2500元的复员费是他的全部资本。开垦茶园、种茶、收茶、加工、出售，像其他茶农一样按部就班地耕耘在产茶的第一线，两年下来，经济收入没有什么改变，与两年前的踌躇满志、志气豪情大相径庭，这使他陷入自惭自愧中。此时，安溪县茶叶协会苏兴茂会长看中苏志勇是个干事的人，给他打气鼓劲，使他迈出了创业的第一步。为了更好地掌握涉茶行业技能，他开始向书本学习，向茶商们学习，并付诸实践，总结出了一套成熟的制茶、管茶、销茶的经验。3年的艰苦奋斗，他生产的春茶和秋茶遍布全国各地，回头客蜂拥而至，茶叶脱销，苏志勇收获了创业的“第一桶金”。

经过几年的创业，苏志勇俨然成了珍田村小有名气的明星茶农，得到了村民的信任和支持，让他拾回了5年

前的梦想，准备带领村民一起创业，让全村人过上好日子。2006年，为了解决茶叶生产经营小而散、营利少的问题，在当地政府和县茶叶协会的支持鼓励下，苏志勇组建了珍田茶叶合作社并当选为理事长。

合作社成立伊始，销售的一批茶叶出现质量问题，买方要求退货赔偿，社员意见大，合作社面临一场危机。军人出身的他果断宣布：按客户要求，退货赔偿。此后，他从茶叶质量抓起，视质量为合作社的生命，使得茶叶经营上了一个新台阶。

为了更好地维护社员的利益，他把合作社运营、茶农利益和茶叶品质并联起来通过网络销售推广。2007年11月，他带领合作社51户茶农在全国率先启动网上宣传交易平台——安溪珍田茶叶合作社茶农直销网，致力于安溪铁观音文化宣传，展示新时代茶农的形象和新型组织运营模式。两年来，他们在网上售茶20多万斤，每户茶农直接获利10多万元。2009年，安溪珍田茶叶合作社被中国农业信息化年度峰会暨农业网站评为百强信息化优秀合作组织。2010年，安溪珍田茶叶合作社被中国企业促进会、中国经济研究中心评为中国最具自主创新力合作社，作为合作社的理事长，苏志勇同时被评为中国杰出企业家。

几年来，苏志勇带领乡亲们开播出了茶都的一片好风光。现在，村子富裕起来了，家家盖起了新房子，户户装上了数字电视，有的村民还学会了通过网络扩大茶的销售市场，该村成了当地小有名气的网络售茶村。2009年，珍田村被县委、县政府确定为新农村建设示范村。

（徐天春 谢祥宁 张兴福）

小小茶叶创造商界传奇

——“茶亦醉人何必酒，以茶会友谊更长。”

进入二十一世纪，茶已成为国人日常生活中必不可少、密不可分的一部分。随着人民生活水平不断提高，国内市场上名优茶、礼品茶的消费比重逐年增加，而且茶叶消费也在向品牌化、安全化、多元化方向发展。业内权威人士预计，到2015年，茶业市场规模会从现在的300亿元增长到1000亿元左右，市场蕴涵的巨大潜力带给茶人的是希望和动力。

风生水起北部湾，磅礴前行钦州湾。伴随着北部湾开放开发的大潮，钦州城区的茶行、茶店如雨后春笋般出现在人们的视线里。其中最引人注目是富源茶业全国连锁钦州店。

专营铁观音的富源茶业全国连锁钦州店由于独特的“观音韵”和泡饮方式，刚刚开张几个月就受到茶客的青睐和市民的追捧。喝铁观音已成为一种身份，代表一种品位，送“铁观音”茶礼更是象征着“尊贵”。再加上铁观音作为一个公认的健康饮品，尤其是其具备的抗癌、减肥、降血压血脂的作用，使铁观音一身具三美——既有绿茶的鲜爽，又有红茶的甘醇，还有花茶的芳香，被誉为茶中珍品、茶中之王，成为政府官员、企业主和白领人士、文人墨客生活中的首选。

一千多年的历史证明，茶行业是个经久不衰的行业。市场经济条件下，小小一片茶叶创造了无数的商界传奇，成就了一个个财富神话。

二

福建富源茶业有限公司起源于中国名茶铁观音之乡——安溪县，源于百年前声名显赫的老字号“富源”茶行。茶行的创办者——詹氏家族是安溪县开先县令詹敦仁的第三十五代后裔，秉承家族两百多年种茶、制茶、售茶的深厚渊源，富源茶业辅于现代科学技术、质量管理和品牌运营之策略，辛勤耕耘，成为集乌龙茶茶叶基地生产、加工、销售于一体的大型专业化茶业公司。公司在安溪祥华新寨数千亩的生态茶园生产基地，为富源茶业铸就品牌之路提供坚实的品质保障。

“只有保证品质，才能铸就品牌。”富源始终坚持诚信经营，开拓创新，先后研发出多种不同

价位系列的铁观音品牌。与此同时，富源引进高新技术和生产工艺，依附浓厚的铁观音茶文化，将铁观音的“神韵”在品味中体现，“詹氏富源”铁观音以韵味独特、品质超凡独树一帜，出产的“茶魂”牌系列铁观音乌龙茶荣获中、日、韩星级茶王电视公开赛四星级国际茶王称号；“滴水”牌系列铁观音乌龙茶被评为“茶为国饮、海西为先”首届海西茶王邀请赛的五星级茶王。

三

富源人以传播中国茶文化、推动茶文化的发展为己任，实施全国性品牌连锁战略，逐步建立健全网络，积极弘扬祖国茶文化，放眼未来的品牌发展之路。“好茶世家”富源茶业是茶行业的贵族，高端铁观音界的翘楚。

从品牌来说，它以系列化和标准化闻名。系列化即四大系列产品覆盖高、中、低档，适合各消费层的需要；标准化即达到价格标准化、质量标准化。它是最早通过原产地标准注册认证、QS认证、ISO9001质量体系认证、绿色食品认证的行业标杆。连锁店先后被评为泉州“十佳好品牌、十佳好店”、“十佳明星企业”“泉州市十大茶业质量品牌”。

从基地建设来说，它拥有一流的现代化生产基地——3000亩安溪祥华新寨自营生态茶园，具现代专业化管理体系。

走进位于钦州市新华路的全国连锁富源茶业钦州店，宽敞明亮，窗明几净，极富特色的茶柜装潢和笑意盈盈的专业茶艺师，给人一种宾至如归的感觉。经理告诉记者，作为全国连锁的品牌店，这里的每一位工作人员都经过系统的茶专业知识、经营管理培训和保姆式辅导，可以说，莅临我们这里的每一位尊贵的客人享受的都是贵宾服务、星级服务。

细心的顾客还会发现，这里与其他茶叶店明显不同的是，这里只能品茶，不能品酒，更不能在这里打牌、搓麻将。无论是白天休闲还是晚上会友，置身富源茶业钦州店，醉人茶香伴着悠扬的乐曲，您一定会洗尽铅华，忘却烦忧，如痴、如醉，似梦、似幻。

（钦州日报）