

潮茶生活馆，“想让世界爱上中国茶”

文 / 记者 李瑾琳 图 / 资料



在徐家汇商圈的TPY中心,顺着手扶电梯上二楼,会看到一家叫“5T”的潮茶·生活馆,外观充满科技感,实际却是一家别具一格的中式“茶馆”。

走进5T,原木茶桌,真皮沙发椅子,露台上的藤椅,其间摆放的绿植错落有致、生机盎然,墙上是关于茶叶历史文化的手绘装饰画。在这里,你可以独自点一壶茶,看着窗外徐家汇的繁华街景,偷得浮生半日闲;也可以约上三五好友,一人一壶茶,边喝茶边聊天,在袅袅茶香中,静享惬意时光。

5T的品牌创始人吴健,出身于制茶世家,家族中世世代代都是制茶人,他至今还能回忆起,小时候在茶山里摘下花朵吸食茶花花蜜的童年往事。他是“70后”,家中有兄弟姐妹5人,品牌命名为“5T”,T是茶叶的英文tea的首字母,5象征着这是他们5兄妹团结一心共同开创的品牌。

“TPY中心的5T是全国首店,也是全球首店。”吴健说道,话语中饱含着他创立自己的品牌的愿望和雄心。吴健有一个愿景,他想打造一个中国茶品牌,让中国茶走向世界。2019年9月,“吾T5T”(5T的初代品牌)茶饮品牌问世,从种茶、育茶、采茶、择茶、制茶,再到茶叶外观设计、包装、制作,以及线上线下的推广、销售,有一套完整的茶叶品牌产业体系。经过5年的打磨,品牌名称更新为“5T”。

吴健说,徐家汇是上海这个国际大都市最重要的商业中心之一,TPY中心是二次元文化氛围浓厚的商业综合体,许多科技品牌云集。来这里喝茶的,有长者,也有年轻人,有中国人,也有外国人。饮茶能够拉近人与人之间的交谈距离感,他希望为都市人打造一个舒适、健康、时尚的茶生活社交圈,让更多年轻人爱上喝中国好茶,让世界爱上喝中国茶。

要打造好一个品牌,一点一滴的细节都要传递品牌的特征。到5T点一壶茶,配合着茶壶茶杯端上的还有一张茶卡,上面介绍了客人点的茶的名称、产地、汤色、类型、滋味。5T现在三十多种品类,茶叶的原料

供应都来自于自有山场及合作供应商。每种茶叶,都有一个含义隽永的名称。顾客在细细品茶的同时,也能品读源远流长的中国茶文化。

5T还引入了年轻人感兴趣的新潮“玩法”,如“氮气茶”的革新冲泡法。在萃取出的茶汤中注入压缩后的氮气,利用氮气的挥发涤荡茶汤原有的涩味,提升了茶的风味。

茶器也别具特色。夏天天气热,你可以来一壶沁心爽口的“冰”茶,冰茶的容器是晶莹剔透的水滴壶。这种5T特制的双层玻璃茶壶,内层盛放茶汤,外层的套壶则放冰块冰水,茶壶始终放在冰水中,不仅可以一直保持茶水的冰凉口感,还能让喝进嘴里的茶始终保持同样的滋味。

吴健曾登上国内大型融媒体互动访谈《大国匠心》节目,他在节目中说:“吾日三省吾身,饮茶亦可自省。”喝茶是一种生活方式,他希望“把学术的变成普众的,把经典的变成流行的,把民族的变成世界的”,用自己对茶的理解方式,为复兴中国茶文化在世界历史上的地位贡献5T人的智慧。



茶水、茶点和茶卡



“氮气茶”有着绵密的泡沫,口感丰富



精美茶器



5T 潮茶生活馆



店内售卖的茶叶

