

华祥苑茶业股份有限公司董事长肖文华： 扎根福地思明 茶香飘向全球

晨报记者 郭钦转 通讯员 夏思萱

就在一个月前的首届中国国际进口博览会上，来自厦门思明区的华祥苑国宾茶，再一次成为中国茶代表，款待了在场的19位元首及各国政要。

从安溪茶山里走出来的一个普通青年，将高品质的中国茶敬给了全世界。改革开放给中国带来了翻天覆地的变化，也成就了华祥苑茶业股份有限公司董事长肖文华的传奇人生。“厦门的思

明区是华祥苑的福地，伴随着改革开放的脚步，我们在这里诞生，在这里发展，以后肯定还会继续扎根在这里。”肖文华感慨地说。

一年前，也正是在自己的家门口，肖文华携华祥苑国茶在金砖厦门会晤上大放异彩。从那以后，华祥苑频频活跃于我国“外交茶叙”上，尤其是近半年来，更是“霸屏”了如上合组织青岛峰会、中非合作论坛北京峰会、进博会等我国最高规格的主场外交茶叙。

做第一个吃螃蟹的创新者

改革开放的历史，善待了很多“第一个吃螃蟹”的人。肖文华就是人们眼中敢于第一个吃螃蟹的人。

古色古香的装修，有专门的私密包间……如今遍布大街小巷的各品牌茶企体验式门店的模式，肖文华早就尝试了。“是客户的一句话，让我做出了改变。”肖文华介绍，在2002年前后，他偶然听一位忠实客户说，喝他的茶叶6年，竟然不知道小区楼下一直就有一家肖文华的茶叶店。

据介绍，当时厦门几乎所有的茶叶店都只有30平方米左右，一套桌椅一壶茶，极为简陋，而且谁也不觉得这样有什么问题，肖文华自己就开着几家这样的店。

肖文华决定要开一家能让人们看得见、记住的茶叶店。他

亲自选址，亲自督促设计装修，不久以后，厦门一家营业面积近300平方米的茶叶店就这么诞生了。这家店装修精美，有独立的私密空间可以让客户免费泡茶，肖文华的这一创举在当时的厦门绝无仅有，一度在业界引起了轰动。

“我一度为此承受了巨大的压力，”肖文华说，当年这个店的装修花了近40万元的“巨款”，却并未立刻给他带来收益，不过他坚定地认为，这家店对华祥苑品牌的成长有着举足轻重的作用。

如今，华祥苑在全国的门店超过了900家，华祥苑茶叶不仅为世人所熟知，更成为高品质国茶的代表。肖文华的成功，用他自己的话来说，就是创新，总是做别人想不到、不一样的事情。

做精益求精的品质追求者

“中国的发展正在从高速向高质量转变，此次的进博会便是一个风向标，中国正在激发民族产业的革新，促进国内消费市场升级，中国逐渐进入到了品质时代。”参加完上海的进博会回来，肖文华颇有感慨地说。

在肖文华看来，能有资格成为礼遇各国元首、彰显大国气度的国礼茶，就必须是高品质、高规格的纯正中国茶。为了将茶叶品质掌控在自己手中，受国外葡萄酒庄园的启发，华祥苑在创业之初就一改行业内从茶农手中分散收购茶叶的做法，开启了茶庄园建设的漫漫长路。

肖文华介绍说，华祥苑位于泉州安溪的第一个茶庄园开始建设前，他的团队几乎考察过安溪几乎所有的山地。担心现成的茶园土壤有农药残留，他们宁

可开荒山重新种植；为了获得好的灌溉用水，他们专门建了一条引水渠从30公里外的水源地引水；庄园建设中导入茶界泰斗张天福毕生茶学精华，与福建省农林大学开展校企合作，与福建省农科院进行紧密研究实验探索。

按照这套标准，华祥苑如今在安溪、武夷山、宁德等地完成了八大茶庄园的布局，每个庄园都能够成为全链条茶叶科研基地。这些茶庄园类似于华为的技术中心，不仅从根本上确保了茶叶品质安全，更将乌龙茶制作的非遗传承技艺发扬光大，培养了涵盖生态、种植、制作等多领域的大师群，形成了“庄园是基础、工艺认同传统、韵味做典范”的独特理念。

“我们要让世界各国元首、政要，让每一个人品味国宾茶时，记住中国味道。”肖文华说。



肖文华。记者 唐光峰 摄 P18C064885

话改革

世界爱上中国茶。
质和创新助力大国外交茶叙，让
改革开放40年，华祥苑用品

公司名片

华祥苑茶业股份有限公司始创于2001年，公司现为农业产业化国家级重点龙头企业，获得中国驰名商标、福建名牌农产品、福建名牌产品等殊荣60余项。

华祥苑作为集品牌建设和连锁经营为一体的综合性企业，产品销售主要以直营加连锁加盟的形式进行，采用直销、连锁、加盟等经营模式，组建高效营销网络，对公司产品进行精深加工，进一步扩大销售渠道，对销售渠道进行统一管理、统一采购、统一物流配送。

公司加强实施品牌战略，在发展中定位自己的品牌风格，建立华祥苑铁观音识别系统，不断完善茶叶包装技术和标识，从最初的注册华祥苑铁观音商标，到推精美包装、建旗舰店、造大型有机茶园基地、开品鉴订货会，在茶业界都开了先河。

正是华祥苑这种敢为天下先的品牌战略，为公司走向品牌文化营销铺平了道路。把握机遇，不断创新，华祥苑致力于提升自身品牌形象，建立高端客户群体，走向更广阔的市场。S8C07011

做世界茶文化的推广者

谈到企业家精神、商道，肖文华表示，每一位企业家对此都会有不同的理解，而他和华祥苑愿意做茶文化的传播者，为中国茶产业的发展做一些力所能及的贡献。

“这个产业不只是华祥苑一家好就好了，要大家共同好，华祥苑才会更好，”肖文华解释，这就是为什么多年来华祥苑愿意做一些“不赚钱但赚吆喝”的事情。

从2004年开始，华祥苑就组建了一支专职的茶艺队，十几年来，培养出的茶艺师们不仅为华祥苑品牌注入文化附加值，也对茶文化的推广起到了关键作用。

金砖厦门会晤期间，各国元首夫人曾来到厦门的华祥苑儒士馆观看非物质文化遗产产乌龙茶（铁观音）传统制作技艺演示，随行的墨西哥宾客当场表示要将“庄园茶”引入墨西哥，并邀请肖文华到墨西哥开设“庄园茶”店铺，茶文化展现出来的魅力由此可见一斑。

此外，华祥苑每年还通过举办茶文化巡展、基于茶庄园的茶旅文化节等方式，将茶文化带到全国甚至是全世界更多的地方。

“敬、诚、和、美。”肖文华认为，一杯茶，传递的是大国外交的精神。令他欣慰的是，近年来，尤其是去年举办的厦门会晤后，“茶叙外交”越来越多地被作为接待外宾的重要环节。这让他相信，茶产业的发展有可能迎来更多新机遇。S8C07010



扫一扫，听肖文华话改革