

围炉煮茶闻暖香 “冬日顶流”有诗意

成年轻人社交新宠,商家纷纷推出套餐服务,相关用品销量剧增

“绿蚁新醅酒,红泥小火炉。晚来天欲雪,能饮一杯无?”近日,“围炉煮茶”在社交平台上迅速蹿红,几乎成了“顶流”。入冬时节,三五好友围炉饮酒煮茶,在人间烟火中体验诗意生活。不少人直呼“把冬日氛围感拉满了”,不少茶馆、露营地闻风而动,推陈出新,提供围炉煮茶套餐服务。

文/记者 刘佳盈 图/受访者提供



除了煮茶,还可以烤坚果与其他零食。



茶舍进行精心布置,吸引年轻人前来拍照打卡。



陶炉作为围炉煮茶的重要工具之一销量剧增。

小贴士 围炉虽惬意 防火更重要

在干燥的秋冬,围炉煮茶操作不当极易导致火灾,需注重防火。只有具备安全感,才能放心收获氛围感。

1. 远离易燃、可燃物。大家在使用火炉煮茶时,一定要远离易燃可燃物,同时尽量选择专用的火炉,防止火星飞溅。

2. 注意开窗通风。室内围炉煮茶时,要记得开窗通风,防止一氧化碳中毒。

3. 彻底清理余炭。围炉煮茶结束后,切记用水将炭火彻底浇灭,将垃圾清理干净。



不少人购置工具在家中体验围炉煮茶。

1 既能释放压力 拍照还易出片

“今年过年不准备返乡,我已经约上了几位好友一起围炉煮茶、谈天说地,过一回浪漫的春节。”去年大学毕业留厦工作的00后小伙子陈新川,已向东坪山一家茶舍预订了除夕早上“围炉煮茶”的位置。

几个人围坐茶炉,谈天说地,茶水在炉上沸腾,烤物滋滋作响……暖意满满的氛围感扑面而来。这个冬天,围炉煮茶作为现象级消费热点,迅速出圈,成为年轻人的社交新宠。

“一边喝茶一边聊天,释放过去一年的压力,这样的感觉很惬意。”

陈新川说,据他所知,今年春节,不少同事、朋友都和他一样,把围炉煮茶纳入了春节必备项目清单之中。

就读大二的文艺爱好者邱艺彤觉得,相比传统品茶,围炉煮茶更有意思一些,氛围感也更强,是秋冬时节朋友聚会不错的选择。“而且围炉煮茶很好出片,我和几个朋友就是冲着拍照去的。”邱艺彤说,上周她们穿着汉服体验了一把复古风情,“精致的器皿、悠闲清雅的环境、古风元素的点缀,随手一拍就能出片,我身边很多人愿意为了拍照而花钱打卡。”

2 分室内和室外 食物随意组合

实际上,围炉煮茶的历史十分悠久。在我国古代,古人称之为茶宴,是朋友间以茶为宴席的一种品茗清谈之举,曾被视为文人骚客社交、寄情抒怀的表征。如今,这一传统吃茶方式的翻红,无外乎充满仪式感、氛围感的体验过程,契合了当代年轻人的消费需求,更提供了一种社交新场景。

在我市众多商家提供的围炉煮茶场景中,有室内煮茶,茶台置于屋内,置身于温暖的环境之中;也有露天茶舍,或在露营地的树荫之下、田园之间。无论是室内还是室外,商家们大多会配备原木桌椅、红泥小火炉,同时将小食进行精巧摆盘,直至整张桌子铺满。部分茶舍还会在桌上放上字画、团扇、灯笼等进行装饰,努力营造出诗意的场景。

“这两个月我们才开始推出围

炉煮茶套餐。”黄可今年53岁,3年前退休后就在东坪山上经营着一家茶舍,给市民游客提供一个爬山时歇脚、泡茶、休闲的地方。去年11月底,26岁的女儿回家帮她打理茶舍,提出尝试扩展围炉煮茶新业务。

如今,约六七十平方米的小院中同时摆放五六个茶炉,消费者可以根据人数和需求,选择不同的围炉煮茶套餐。“除了喝茶,还可以烤地瓜、栗子、龙眼、柑橘、棉花糖、甘蔗等,各种食物随意组合。”黄可说。

3 人均消费上百元 门槛低容易复制

围炉煮茶,不仅是一种新社交方式,也折射出年轻一代对复古慢生活的向往。为了抓住这一“流量密码”,许多商家开始瞄准兔年新春布局。

“尽管气温逐渐降低,但有不少消费者依旧选择在户外体验。”黄可表示,一般来说,周末的傍晚时分是客流量最大的时候,每个炉子的炭火都烧得旺旺的,院子里的灯一盏盏亮起,氛围感最浓郁,“当然,年轻人是主力消费群体,只有少数老年人慕名而来。”

记者了解到,春节期间,部分商家将推出一系列冬日限定的围炉煮茶套餐,大部分价格在100元至300元不等,包含的内容大致相同。“双人套餐188元/份,限时3小时,现场会布置红灯笼、贴春联、写福字,可体验简单茶配制作。”位于东山社的一家茶空间,围炉煮茶套餐已预约至正月初五(1月26日)。

秦欣是岛外一个露营地的负责人,她近期也采购了不少围炉煮茶工具,准备将时下最流行的两款社交活动结合在一起,吸引年轻人前来打卡。“天气渐冷,露营人流量开始回落,因此我们就瞄上围炉煮茶这个新晋网红。”秦欣说,围炉煮茶的季节性非常明显,秋冬是旺季,可以成为露营淡季的配合营销,“而且它的准入门槛很低,顾客全程自己动手,无需专业服务支持,形式也比较好复制。”

4 除了充分营造氛围感 需兼具传统文化输出

“受疫情影响,人们无法出远门游玩,通过露营陪伴家人或消磨时光。这种方式并没有和预想一样昙花一现,反而逐渐成为消费者的一种习惯,成为一个长期的消费场景。”从经营出境游转型做露营生意的李长青认为,围炉煮茶与露营一样,迎合消费者的现实需求,有望成为持续的消费场景。

记者在淘宝、京东等平台搜索围炉煮茶发现,热销产品包括陶瓷壶、烤网、探炉、电陶炉、杯子、果盘等,售价从几十元到数百元不等。李长青指出,由于户外场景普遍存在用电限制,因此率先带旺的产品,多是一些不带电的炊具,如陶炉和茶壶等。

去年10月份开始,经营茶具器皿网店生意的黄少平发现,自家店铺流量成倍增长,往常一天卖10余件的陶壶与电陶炉,一个月之内卖出上万件,第二个月,订单达两万多个。目前,他一天能卖近700个炉子。

在李长青看来,不管当前热度多高,整体来看,诸如露营、围炉煮茶等新兴场景还没有形成足够大的品类市场,存在一定的局限性,比如部分门店只重视营造氛围感,对饮茶和传统茶文化的输出还不够。

“商家在这样的消费背景下更多是追逐短期销售和利润,但是从需求的角度

来说,随着我国传统制茶技艺及其

相关习俗被列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录,未来煮茶肯定是一大消费趋势。”李长青说。

► 露营地将围炉煮茶与露营相结合。

