

#### 【案例 14-4】大士茶亭：体验营销创造顾客价值

大士茶亭自 2012 年扎根南京以来，从一个单纯的茶馆，已经蜕变为一个极具特色的新茶道文创新零售品牌。大士茶亭将自己定位为“您身边那个做茶的朋友”。它既能集“喝茶、买茶、学茶、玩茶”于一体，又是一个企业团建、商务洽谈的好去处，也是感受慢生活、带来愉悦的好地方。

在销售茶叶和品牌茶壶同时，大士茶亭试着将一系列的文化元素注入产品和服务中，打造一个独立于家庭、工作室以外的“第三空间”。大士茶亭的空间设计有着传统茶馆气息的同时又有时尚的观感，可为顾客提供“悠闲会友、浮生自在、品茗悟道和天地逍遥”等私家定制茶席和“知音茶会、逍遥茶会和尊荣茶会”等茶会定制服务。

大士茶亭还推出了包装讲究的文创伴手礼，有精品私房茶、精品茶器、书房雅件、香道器物等。精致的产品和与众不同的内涵使得大士茶亭伴手礼深受欢迎。2017 年起，大士茶亭为创业的朋友定制有其自身品牌 logo 的伴手礼，帮创业的朋友传播他们的品牌。2018 年，大士茶亭推出了“博爱·南京”系列伴手礼。

大士茶亭宣传“新茶道美学”清贵的生活态度，希望能有更多的人了解茶文化。2015 年，大士茶亭推出新业务“国 E 学堂”，以此来推广新茶道美学，吸引了大量热爱中国传统文化、希望推动文化产业发展的机构和个人参与。“国 E 学堂”努力“打造一站式文艺学习平台”，课程包括茶道课、香道课、花道课、中医养生课、书法课、古琴课等，涵盖园艺、花道、红木、沉香、字画、古玩、古琴、珠宝、奇石、瓷器等各种艺术品类。此外，大士茶亭还开设了艺术家工作室、茶道主题餐厅以及私人茶空间等各种业态。

资料来源：王晶晶等，《大士茶亭：体验营销创造顾客价值》，中国管理案例共享中心，2022 年，内容有改动。