

电商模式助“老茶”焕“新颜”

■记者 肖祖华

日前,湖南官庄干发茶业有限公司董事长张干发在朋友圈发了一条消息,“今年的茶苗长势良好,需要茶苗者可提前预定”。

湖南大茶视界控股有限公司董事局主席刘健跟帖提前预定400亩的苗。近年来,茶叶界掀起“碣滩茶”风,碣滩茶由一个区域品牌迅速成长为一个全国著名品牌,种植面积不断扩大,“老茶”焕发“新颜”。

而这种改变皆源于与电商的结缘。2014年,沅陵县与风华致远大茶网达成战略合作,采用O2O模式,线下建立碣滩茶实体店,线上通过大茶网进行销售和推广。

目前,这一模式大获成功,在全国实体店已经超过700家,2014年年销售额增长1亿元以上。尤其是通过O2O模式的推广,碣滩茶的名气与日俱增,在日前公布的2015米兰世博中国名茶评选中,碣滩茶成最大赢家,碣滩茶获评中国名茶金奖,湖南官庄干发茶业有限公司、湖南省辰州碣滩茶业有限公司获评企业品牌金骆驼奖,昔日“老牌贡茶”再展“新颜”。

中国名茶“三金奖” 碣滩茶成最大赢家

茶文化是中国文化重要组成部分,2015米兰世博会是中国文化走向世界的重要平台。日前,2015米兰世博会中国馆中国茶文化周组委会启动百年世博中国名茶金奖(金骆驼)评选活动,在全国评选20个公共品牌金奖,50个企业品牌金骆驼奖。获奖者将参展中国馆中国茶文化周活动。

据组委会介绍,此次送审的茶样均是各大茶区精挑细选而来,代表了当前中国茶叶品质的最高水平。来自世界各地的33名茶叶专家评委对全国17个省区、六大茶类共120多个公共品牌、企业品牌的产品,进行了实物茶样盲评和申报材料的评审。

日前,组委会在其官方网站公布了最终评选结果。湖南有沅陵碣滩茶、安化黑茶、古丈毛尖、石门银峰、君山银针五款茶获评公共品牌金奖;湖南官庄干发茶业有限公司、湖南省茶业集团股份有限公司等12家企业获企业品牌金骆驼奖。

沅陵碣滩茶夺得公共品牌金奖,湖南省辰州碣滩茶业有限公司的辰州碣滩牌(青山)有机绿茶和湖南官庄干发茶业有限公司的官庄干发牌碣滩银毫2个企业品牌获金骆驼奖,成为此次中国名茶评选的大赢家。

“老茶”焕“新颜” 碣滩茶登世界舞台

湖南多产好茶,碣滩茶绝对是其中最优秀的代表。汤色明净,滋味醇爽,碣滩茶历为贡茶,长久以来只做高档茶,供不应求,每年都是一上市便销售一空。

翻开碣滩茶的历史,一项项荣誉显示着昔日的“峥嵘”。自唐代起便为“贡茶”,“中日友好茶”,1991年“国际文化名茶”载入了《中国名茶录》,2001~2002年碣滩茶连续荣获第三、四届国际名茶评比金奖,2010年获上海世博会特别金奖。

但是,偏居沅陵一隅的碣滩茶,“酒虽香”,却一直难以走出这片土地。百年世博中国名茶评选绝对是碣滩茶“老茶”焕“新颜”的好机会,碣滩茶再次走向世界的舞台。

百年世博中国名茶国际评鉴委员会主任刘仲华表示,这次百年世博中国名茶金奖与金骆驼奖的评选是借助米兰世博会中国茶文化周的平台,组建由获奖公共品牌和企业品牌构成的中国茶业主力军团到米兰世博会去宣传中国茶、传播茶文化、提升茶品牌。

而除此之外,碣滩茶的战略合作伙伴一直在努力将碣滩茶带向国际舞台,在日前召开的“一带一路”新财富论坛上,风华致远(湖南)生物科技有限公司向韩国前总统李明博、德国前总统武尔夫等政要赠茶,让碣滩茶闪亮国际舞台。



茶农在采摘春茶。 记者 郭立亮 摄



中国·武陵山(沅陵)首届生态文化旅游节上,万人齐品碣滩茶。通讯员 陈湘清 摄(资料图片)

评茶专家

“中国名茶”是 品牌实力的象征

百年世博中国名茶国际评鉴委员会主任刘仲华表示,评选的过程就是品牌传播的过程,也是所有获奖品牌借助百年世博这个历史节点,依托全媒体联动、国内外同步撬动的品牌影响力提升的机遇。

在他眼中,世博会的平台,有权威性,辐射面广,要借米兰世博会这个百年世博的亮点,提升中国茶品牌在国人心目中的影响力和关注度,让国内的人在关注米兰世博会的时候聚焦获得百年世博中国名茶金奖的区域公共品牌与获得金骆驼奖的企业品牌,这是一种品牌实力的象征。在当下的“一带一路”里,茶文化是中国传统文化的典型代表,茶是向世界传播中国文化的理想载体。米兰世博会中国茶文化周是让更多世人重新解读中国和中国茶的理想平台。而这次百年世博中国名茶的评比也是茶产业发展现状的一个缩影,是我们这个行业重新洗牌,重新站位的一个节点。

在此次评选标准方面,刘仲华认为,茶好是一方面,企业的销售规模、市场影响力、企业在行业中的地位、品牌的历史荣誉,以及是否参加以米兰世博会中国茶文化周为支撑的国内外品牌宣传推广活动等,都会影响到最后能否入选。

沅陵县政府:资源整合统一打造碣滩茶品牌

位于湘西板块的沅陵,风景秀丽,山水迷人,受制于交通,农业是最有潜力的产业,沅陵县政府也一直在探索农业产业的发展。

怀化市委、市政府提出“一年打基础、三年见成效”的口号,全面整合、统一打造碣滩茶品牌。沅陵县委、县政府把茶叶产业定为全县农业产业化1号产业,力争抢占武陵山片区茶叶产

业制高点,打造武陵山片区生态有机茶的生产加工中心、批发交易中心和茶文化展示中心。全县统一碣滩茶品牌,以母子品牌的模式,初步实现了碣滩茶品牌的统一生产、统一标准、统一包装、统一宣传、统一防伪、统一价格。沅陵被授予“全国十大生态产茶县”,“中国生态有机茶之乡”,“碣滩茶”批准为国家地理标志保

护产品和国家地理标志证明商标。

走出去成为碣滩茶近年来的主导思想,沅陵县政府和风华致远(湖南)生物科技有限公司品牌统一营销策划为一体,以辰州碣滩茶业有限公司和干发茶业有限公司为两翼的发展模式,显示了强劲发展的潜力和动力,已成为湖南绿茶产业板块发展的有力支撑者。

电商模式为碣滩茶插上腾飞的翅膀

在百年世博中国名茶获奖名单公布当日,记者来到沅陵县,在得知沅陵县在此次评选中获得1个公共品牌金奖,2个企业品牌金骆驼奖后,该县专门成立工作组进一步推广沅陵碣滩茶。7月7日,碣滩茶世博金奖全国巡回报告会在长沙启动,接下来将在全国举行巡回报告会,进一步扩大沅陵碣滩茶的影响力,提高碣滩茶的美誉度。

沅陵县副县长李峰表

示,碣滩茶近几年的发展迅速,得益于营销推广方式的转变,与风华致远大茶网的合作,是沅陵碣滩茶近年来发展的重要举措。沅陵碣滩茶期待再一次起飞。

风华致远大茶网采用O2O模式,线上线下相结合,在全国启动“千城万店”模式,在全国市场广设碣滩茶实体店,既增加了实体体验,又增加了销量;线上通过大茶网进行电商销售;二者相结合取得显著成效。1

年多的时间,碣滩茶实体店在全国已经超过700家,仅2014年,销售额增长1亿元以上,实现大跨越。

当下,“互联网+”正在改变我们的商业生态,尤其是农业产业的发展,互联网是未来的趋势,湘茶要走出去,沅陵碣滩茶与风华致远大茶网的合作提供了很好的借鉴模式,一个品牌的打造和推广必然是线上线下相结合的,必然是具有互联网思维的。

“一带一路”为传统好茶带来新机遇

搭载电商成长的碣滩茶,再次面临新的机遇,“一带一路”战略将引领茶行业新的发展潮。

日前,湖南大茶视界控股有限公司董事局主席刘健亲自组织召开公司管理层会议,就大茶网布局线上“一带一路”事宜展开讨论。在刘健眼中,“一带一路”融通古今、连接中外,顺应和平、发展、合作、共赢的时代潮流。

日前,随着“一带一路”新财富(西安)论坛成功举办,“一带一路”的建设俨然成为世界关注的焦点。

刘健关于“‘一带一路’沿线各国成立茶叶联盟,互相交流学习,让茶叶重新成为丝茶之路的纽带,共创丝茶之路的辉煌”的提议更是得到与会诸多政商领袖的高度认可。

基于这一构想,刘健组织大家围绕“‘一带一路’中国茶产业联盟”问题展开讨论。刘健表示:大茶网,不只是卖茶,很大程度上,大众思维往往都停留在“卖”,因此,泛泛理解为大茶网,还卖很多其他东西。实际上,大茶网的核心优势在运营模式:O2O。何所谓

O2O?一方面要开拓渠道,为上游“O”服务,同时,尽可能广泛的整合资源服务于下游的“O”,而大茶网,关键要做得好的是中间的“2”。这就要求大茶网立足于中国茶产业,乃至农业产业发展现状,积极响应当下,尤其是“一带一路”政策导向,把握机遇,以“为中国9亿农民思考”为出发点,着眼产业发展、产品流通,以繁荣产业经济为目标,真正为整个中国茶产业、农业产业搭建起特色型、标杆式平台,真正意义上将“2”的角色演绎到极致。