

刘健：抱团出发，让更多的人喝茶



9天、70城、319家媒体、2000多个自媒体、335762个参与者……这场在全国范围内刮起的“全民品茶”风，或许已经影响到你我。

4月25日，北京，2016大茶系“4·20全民品茶周”落下帷幕。闭幕会上，主管领导、各地茶企代表共聚一堂，共同把脉“互联网+”时代，如何“让年轻人喝茶”？

“很多朋友问我，大茶网在茶业领域已经做到垂直电商的第一名了，为什么还要费这么大的人力、物力、财力去办4·20全民品茶周？我相信，参与其中的各位已经知道答案。我们的目的只有一个：抱团出发，让更多的人喝茶。”湖南大茶视界控股有限公司董事局主席刘健说。

“茶业需要抱团发展”

谈起中国的茶业发展，人们常会感叹：几千家中国茶企，比不上一家立顿。

中国作为世界最早发现和利用茶树的国家，拥有全球第一的茶园面积，可茶业产值却未能与种植面积形成正比，虽为茶叶消费大国，但品牌茶叶、名牌企业却寥寥无几。

如何打破这种尴尬局面呢？什么时候我们才能以民族品牌而骄傲呢？在4·20全民品茶周闭幕式上，刘健认为，需要茶业内各界人士抱团发展。

他表示，今天，已经有好多人都在讨论抱团的事情。抱团不是说大家合并，或者利益捆绑。抱团应该是梦想、价值观的抱团。

“其实中国茶人都是抱着让中国茶文化复兴的梦想，在初衷上，大家都是一致的。因此，我们要做的是，始终坚持发展中国茶文化，推广茶文化，只有茶叶消费的蛋糕越来越大，我们所切分的份额才会越来越大。”刘健说。

“不能让茶变成平民眼中的奢侈品”

“开门七件事，柴米油盐酱醋茶”，茶曾经是老百姓生活中必不可少的物资。但茶叶虚高不下的价格让品茶、喝茶成为“风雅”的事。

大佬论道

本次活动在行业内引起了非常大的反响，吸引了多方持续关注，说明这个活动在市场上有非常强的生命力。茶叶是一个传统农产品，但是融入互联网因素后，变得年轻化、时尚化、便捷化，就如大茶网主办的“4·20全民品茶周”一样。

近年来，茶叶销售渠道正在多元化，店铺、经销商销售模式受到冲击，而大茶网、天猫等电商平台茶叶销售却逐年增加，这其实是一种销售渠道的变革。

9天、70个城市，横跨大半个中国，在互联网的推动下，相信茶产业明天会更好。

——农民日报副总编辑、中国农业国际合作促进会副会长吕明宜

大茶网举办的全民品茶周是一场全国性、全民参与的盛事，祖国的大江南北、长城内外、城乡社区，大茶网足迹遍布。大茶网也是有着巨大希望的创新的大事业，这个大事业在于你们正在融入时代的潮流，用互联网的思维和方法，推动着传统茶业的大变革，同时，推动茶业走向全球，

其实，做茶的都知道，近几年，各种名茶被“炒”了一遍。从安溪铁观音，到武夷山大红袍，从云南普洱到正山小种，炒作的目的只有一个，那就是推广品牌，但走高端推广路线的同时也让老百姓对品牌有了一个共同的认识——“贵”，慢慢地让茶叶变成了平民眼中的奢侈品。

刘健说：“这一次我们将4·20活动做到70个城市，在每个城市，我们既将茶分享给平常喝茶的人，也将其分享给平常不喝茶或者不敢喝茶的人。之所以做这么多，是因为，我们希望，通过我们的努力，能让大家知道，茶，其实是大家都消费得起的健康饮品。”

“年轻是未来的市场”

从2005年至今的10年时间里，全世界茶叶的生产增长41%，年均大概4.5%。中国茶叶产量过去10年的增长超过了100%，年均增长达到13%。而中国茶叶的消费量每年增长仅维持在5%左右。还有一个数据，中国现在虽然是饮茶大国，但是咖啡的消费量增长非常迅速，每年大概增长15%。据了解，咖啡主要的消费群体是20-30岁的年轻消费者。

这些数据告诉我们：茶叶已经供大于求，也证明了大茶系的坚持是对的。

刘健表示，其实，一开始大茶系对手定位就是咖啡、可乐。因此，我们坚持去做4·20，我们坚持从年轻人的角度入手，我们喊出“誓爱你 约泡吧”的口号，我们坚持，一定要让年轻消费者玩进来。

“年轻，就代表了未来，他们的选择，将是中国茶业崛起的希望，他们的定位，将是中国茶业筑梦的关键。”刘健说，4·20全民品茶周，这只是一个开始。我们相信，会有越来越多的消费者因为我们开始喝茶、爱茶；我们相信，会有越来越多的茶企因为我们开始选择抱团，选择相信；我们相信，我们能在消费者和茶企中间，搭建一个互通的桥梁；我们相信，社会的需求还有待挖掘，社会的资源还可以继续释放。

引领着传统茶业市场，贴近顾客，实现着中国茶业市场化。我个人极力推荐茶企共同加入大茶网，实现中国茶业中国梦。

——农业部农村经济政策研究专家、全国茶产业研究专家 刘年艳

本人从事茶叶类工作已经十年，在这十年中，怎样吸引年轻人喝茶，让茶成为他们必需品，一直是业内人士探索、思考的问题。目前喝茶的主要是30岁到60岁的人群，甚至不少传统茶企老板认为在35岁以上的喝茶人才有购买力，这是实话。但是如果指望喝茶人一直在这个群体里，年轻消费人群培养不起来，那么中国茶业会断档，未来必然遭遇危机。

所以，“4·20全民品茶周”大力推广年轻人喝茶，个人发自肺腑觉得这个活动非常好。茶业，始终要脱离传统方式，要年轻化、时尚化，未来的一个重要的课题就是“怎么让年轻人喝茶”。“全民品茶周”我们明年会大力支持，希望活动越办越好。

——中国农业国际合作促进会茶产业委员会秘书长魏有



湖南大茶视界控股有限公司董事局主席刘健



农民日报副总编辑、中国农业国际合作促进会副会长吕明宜



农业部农村经济政策研究专家、全国茶产业研究专家刘年艳



中国农业国际合作促进会茶产业委员会秘书长魏有