

先设一个小目标 “双11”“打劫”一个亿



“双11”远未到来,各方动作却已经不断。

作为下半年最盛大的电商狂欢节之一,且基本定调电商全年销售业绩的节点,谁都不想错过。

就连还在进行年度大型节点——“99孝心节”的互联网+农副产品电商平台大茶网,也提前布局。

9月6日,大茶网董事长刘健拍板,2016年“双11”,大茶网要“征战”1个亿。而这个数据是其去年3566万的近3倍。

【跳坑】

只为去掉农民库存

说起此番“雄心壮志”,刘健颇有感慨。

其实,他原本打算今后不再做“双11”。“去年参加‘双11’,我是整整30多个小时没合过眼。真的太累了。不仅是考验前期货物储备、物流安排,更是对技术支撑、服务体系的大考。”刘健说。

深思熟虑之后,再次跳进“双11”这个坑,刘健说,只是因为一直坚持的梦想,增加农民收入,帮助农民就业,为9亿农民共同致富的事业奋斗,实现互联网+时代下的电商扶贫尽我们所能。

其实,这个理想一直贯穿在其所有行动中。

作为一个农副产品电商平台,这次“99孝心节”秒杀产品,却是款T恤。刘健说:“我只是不想拿农产品来打价格战。”

今年“双11”定调1个亿,他更是直言,“赚钱不是我们的目的,去掉农民库存才是活动存在的意义。”

【情怀】

励志不损农伤农

一直以来,刘健从未否认过自己农民的身份,还以此为傲。

“正因为我是农民,正因为我感谢土地的赠予,正因为我知道农民的艰辛,因此,我愿意用我余下的生命继续与农民站在一起。”刘健说。

他也一直在为此努力:牵手地方政府,确定精准扶贫路线;搭建互联网+农业平台,帮助农产品上行;开创线上“一带一路”,助力农民互联创业;打造互联网+直销队伍(平台),直接促动农产品销售;推动农村电商培训,让农民也能熟练使用互联网……

“通过建立生态链,缩小商贸环节,减少成本,既让消费者买到实惠,又能在源头上把控,不压迫老百姓的收益。”刘健说。

【展望】

用5年坐上头把交椅

“双11”虽然“煎熬”,但也是甜蜜的。

来自大茶网的数据显示,2014年11月11日,其首次迎战“双11”,便一举斩获16500多个订单,当天创下260多万交易额成绩。成为涉茶O2O电商平台中的一匹黑马;2015年,其再创佳绩,34.1163万个订单,约3566.92166万元总销售额,令人为之侧目。

“3·16供货商大会”、“4.20全民品茶周”、“9·9孝心节”、“双11”;携手荣格科技、润和集团,打造荣格云商,奏响与湘茶集团,以及其旗下黑茶第一品牌白沙溪合作序曲……通过漫不经心的布局,刘健在下一盘大棋。

“5年,大茶网要做到中国茶叶交易第一。”刘健铿锵有力地说。

【活动速递】

“99孝心节”圆满收官

9月1日-9月9日,大茶网推出“99孝心节”,受到各方关注与赞扬。

活动期间,弘扬孝文化,不仅有直击心灵的访谈,“想对父母说的话”视频征集、“孝”字征集,且在力推“陪伴”的概念上,走进敬老院,陪伴老人等。

活动开展以来反响热烈。刘健介绍,仅孝心视频就收到了数百份,征集的孝字更是超过了千个。“陪伴”也成为朋友圈刷屏热词。

“孝,不应仅是过年过节的一句问候,而是持续不断的关心,包括精神层面和物质层面。”刘健介绍,配合99孝心节,大茶网推出系列活动,比如陪伴不止买一送一。

来自大茶网数据显示,截至9月9日,白T就领了几千件,百两茶卖了上千支,青春小茶累计销量近万盒。 ■记者 杨迪



湖南省大湘西茶产业发展促进会

www.xiaoxiangtea.cn

神韵大湘西 生态潇湘茶

The Verve of Grand Western Hunan The Best Ecology for Xiaoxiang Tea

古文毛尖 黄金茶 碣滩茶 石门银峰