

# 明星卖茶风险高 产品、服务才是关键

你可能穿过陈冠希的潮服、喝过赵薇的红酒、吃过“小岳岳”的辣酱，但明星们卖的茶，你喝过吗？

6月6日，李连杰微博更新，发布“太极禅和昆仑决携手，打造国际级赛事”消息，获得5600多粉丝点赞。其实，早在2014年，由他与马云共同发起创办“太极禅”同名茶已经推出。

明星创业早已不是什么新鲜事，虽然有“星光”加持，但结局依然是几家欢喜，几家愁。潜力巨大的茶市场，也引来数位明星投身其中。

## 现象

### 明星卖茶创意多

除了李连杰、马云亲赴云南景迈山考察，并推出以太极禅为主题的系列普洱禅茶之外，2016年7月15日，在《中国新歌声》第一季开播之际，导师那英顺势推出“音乐花草茶”，搭配其签名EP和总决赛门票，以众筹方式，在网上限量发售。

NASING音乐主题花草茶以音乐类型为产品命名，包括新世纪音乐茶、巴萨诺瓦茶、乡村音乐茶、民谣茶等12种口味。

截至当年8月14日“NASING音乐主题花草茶限量发售”，众筹项目筹集资金超过60万元，获得超过3275位用户的支持。

“799元就可以得到花草茶和中国新声音门票，即使是最高的4999元也不可能把花草茶，那姐签名EP和中国新声音总决赛门票全部搞定。”曾今参与众筹的上海女孩小薛说。

同样喜欢花草茶的还有戚薇，2015年8月，打着为不懈努力追求“白瘦美”“正能量”的新鲜一族特别研制的旗号，她联合自己代言的品牌Freshmix推出“戚薇茶包”花草茶，萌萌的包装，集合了八款各色花草茶。

此外，还有香港演员莫少聪、美食家、专栏作家沈宏非等也自开网店，售卖茶产品。



## 观察

### 人气并非长期饭票

“我的天，玫瑰？这个不好喝，一股中药的味道？我喝不来？”、“包装太差，物流太慢，不知道我家小朋友怎么就看上，包装和物流都太差了”、“东西邮寄了一个半月才到，而且还少寄了一个，跟客服说还不搭理我，最不爽的一次网购，简直……”

还能找到的“星品”虽然销量平平，但从往期的评论中，我们不难看出类似于对产品、包装、物流、服务等负面评价。

虽然明星们有着天然宣传优势，也不差钱，看似在“粉丝经济时代”已经超前一步，但经营并非“拼人”就够了，产品、服务拖后腿的话，显然“拉”下的不止一步。

因此，有业内人士认为，明星由于长期从事演艺活动，缺乏商业运作经验及相关行业从业经历，企业管理能力也不强，因此创业风险较大。踏入创业圈，同样和普通人一样要付出极大的心血。

如果只是“玩票”性质，“昙花一现”也就不奇怪了。毕竟明星再出名，营销再新奇，并不影响消费者对产品和服务的判断，当理性回归，能让消费者持续掏腰包的，自然是靠产品、服务说话的。 ■记者 杨迪

### 《大茶视界》各地广告、发行负责人

马鞍山	杨方明	18955593557
梧州	黎坚斌	13707741646
哈尔滨	姚庭擒	15204612902
大庆	徐青	13704895558
库尔勒	孙铁良	13652078929
郑州	张彦成	13903719593
新郑	王书之	13223097822
禹州	赵红伟	13838021513
西平	刘长运	13938395569
鹤壁	孙金亮	13569669111
安阳	董克	13937226846
南阳	曾庆双	15637765324
英德	李灵	15303003288
东莞	陈梅英	13902641705
成都	陈水源	15802882220
南昌	黄彦军	15180164132
常州	李洪春	13401386819
淮安	孙文广	18952327108
盱眙	张少军	13901400602
无锡	龚妮娜	15052748407
宿迁	石磊	18951456037
沧州	王国霞	15227546826
诸暨	郭小英	18218800696
天津	苏海珍	13820608283
沈阳	李爽	18645064770
太原	葛静	18803518133
台州	洪璐	13732356906
焦作	亓合利	18623895252
临沂	徐新程	18263963363
中牟	田月美	18037273658
武汉	张亚雄	15727029799
许昌	高红	13069528864
厦门	潘阿惠	13720872817
秦皇岛	王贺平	130018279999

## 现状

### 明星效应拉不动销量

粉丝经济时代到来，加上明星光环的笼罩，这些“星店”是否跟“开挂”了一样，销量噌噌地上涨呢？

6月15日，在某电商平台上搜索“太极禅”，出现不少与“太极”相关的服饰、玩偶等产品，仅出现一款普洱茶。

商品详情页显示，“太极禅/才者茶业联合推出网络专供款，太极禅由李连杰、马云、王西安联手创办、限量生产、生态古树”，售价290元一饼，参与活动用券275元，却0人付款。累计评价有599个，评价时间集中在2015年。

在首次众筹成绩不俗之后，那英再次以众筹的方式，售卖“音乐花草茶”，这次成绩是短时间突破100万。与表面“绚烂”的成绩相反，其在两个电

商平台开的门店却销量平平。某媒体调查显示，“产品上市的两个多月来销量却很一般，网店上各种口味一个月的累计只有不到五十盒”。

6月15日，记者分别在两大平台进行关键词搜索，结果更令人尴尬，不仅茶产品无迹可寻，连门店也查无此店。

同样尴尬的还有戚薇和莫少聪，前者门店内只余三款产品，只有一款是花草茶，均是无人在问津；后者买地当茶农，产品虽不少，但所有宝贝均显示“已售0件”。

