



写在第25届信阳茶文化节开幕前夕⑤

本报记者 杨长喜

一条渠道助转型



随着新的商业模式的兴起,信阳茶产业的发展也面临着必须走转型升级之路。(柳虎摄)

又是一年春茶季。作为浉河区茶产业发展服务局局长,张广成最近一直在思考一些问题:一方面,全国和浉河区茶产业发展有着美好前景,另一方面,卖茶越来越难,成本越来越高,该如何解决;茶资源利用率始终不高,该怎么办;传统茶产业能否支撑浉河区茶产业走向更远;茶产业转型升级的路子到底如何走……他觉得,应对这些问题,茶产业必须走转型升级之路。

张广成向记者介绍说,在促进茶产业转型升级方面,浉河区已经做了许多的努力。比如,与信海茶益康生物科技有限公司合作,与海军医学研究所联合开发研制茶含片、茶叶抗氧化胶囊等产品,提升茶叶附加值。为了便于茶农卖茶,浉河区与顺丰快递合作,在茶乡开设了专门的茶叶寄递点,方便茶农、茶商卖茶。另外,浉河区利用阿里巴巴信阳产业带的优势,引导、鼓励茶企与电商合作,拓宽销售渠道。张广成说,茶产业转型升级要充分依靠科技创新,利用现代科技手段对其内含主要功能成分进行全方位的利用和开发,满足消费者多样化的需求,同时,构建新的商业模式,通过多种媒体渠道,多种传播方式,创造理性和谐的茶文化氛围,在市场运作方

面,探索实体的店铺与虚拟的网络结合,打造电商平台,实现线上产品与线下活动结合等多样化销售模式。

穷则变,变则通,通则久。茶产业的转型升级非一朝一夕,但只要思路在,决心在,探索合理的渠道,同样能提升品牌影响力。

转型路上,有两个平台让安信茶业公司总经理林杰锋印象深刻。这两个平台,让他赚到了钱,也赚到了名声。第一个平台是网上商城。林杰锋告诉记者,他之前与阿里巴巴方面有合作,现在又在跟河南省电网商城合作,并一举成为该商城唯一一家中标的茶叶公司。林杰锋介绍说,在电网商城,公司开具的发票能够被认可、报销,并且目前的销售情况还不错。林杰锋所说的第二个平台,是山东淄博电视台的《美食淄博》栏目。2016年,安信茶业公司中了该栏目的标,参加了栏目的一档销售活动。活动算下来,公司每销售一斤茶叶的利润虽然不及实体店,一个星期的时间里,他们销售了近3000斤茶叶,而且大大提升了品牌影响力。

搭乘电商的“东风”,安信只是信阳众多茶企的一个例子。记者分别在淘宝、天猫、京东商城输入“信阳毛

尖”进行搜索,搜到的结果分别为100页、7页和14页,信阳毛尖与电商结合的比例之高可见一斑。

在电商平台方面,我市已经做了创新和尝试。去年茶文化节期间,我市上线了新型电子商务平台“好茶坞”。该平台遵照“让交易更简单,让消费者更放心”的经营理念,承担国家级信阳茶叶市场赋予的“建设全国茶品物流集散中心、价格形成中心、产业信息中心、会展贸易中心、科技交流中心、文化传播中心”的相关职责,着力构建国家级信阳茶叶市场电子交易中心和“好茶坞”交易服务平台。今年的2月28日对于很多茶企来说是个“大日子”,信阳毛尖互联网元年B2B公共资源平台产品发布。该平台打通了茶叶的整个产、供、销环节,是一个融合互联网、金融、电信服务的供应链型平台。截至目前,毛尖茶网电商平台已累计销售信阳毛尖产值1亿元左右,带动我市上万贫困群众致富。借助阿里巴巴信阳产业带平台系统的优势,信阳毛尖也成功得到了推广,在电子商务的天下开辟了一个独有的大市场。

浉河港镇白庙村茶农刘伟的茶园基本上都在四望山上,属于大山茶,在市场结构中,属于品质较好的茶叶。随着政府采购茶叶的减少,高

端茶的销量没以前大,价格也没以前高了。针对这种情况,刘伟及时调整了自己的产品结构:降低了高端茶的比例,偏重于发展中低端茶,目标客户也成了一般消费者。他说,高端茶的成本高,产量低,偏重于发展中低端茶的话,产量反而上来了。综合算下来,每年卖茶的收入并没有降低。

刘伟的经验也带动了周围人的改变,其他村民也都降低了高端茶的产量,偏重于发展适合大众消费的中低端茶。同时,通过实体店的销售,通过电商平台的推广,身边快捷的销售渠道,茶叶有了更广阔的市场。“大家的茶叶卖出去了,收入也上来了,于人于己,都有利。”刘伟说。

编后:

以茶为媒,以茶会友,以茶促商,以茶富民。在第二十五届信阳茶文化节开幕前夕,本报策划的一组系列报道到今天已刊发完毕,从《一缕清香品千年》到《一条渠道助转型》,共五篇稿件多角度、全方位回顾了信阳毛尖的发展历程、品牌价值的提升及产业富民之路。随着茶文化节即将开幕,更多精彩内容让人期待,我们将会浓墨重彩地一一为您呈现,让您更加深入地感受信阳茶文化节的无限魅力。