

4月17日,由信阳市人民政府举办的河南特色农产品·茶叶论坛在郑州举行。席间,毛尖茶网董事长陈鹏“原产地电商”的概念深入人心,一番“用移动互联网改变信阳茶产业格局”的成果展示,更是让他成为了信阳茶农、茶商、茶企业界的新闻人物。

众所周知,电商改变了我们的很多购物习惯,但并不是所有商品都能够顺利的触电,尤其是在面对拓宽农村市场的问题上。一个看起来挺普通的80后,如何能将茶农带入网络市场,将茶产业顺利带进网络端口?带着疑问,近日,记者采访了这位毛尖茶网的创始人。

互联网+信阳毛尖,毛尖茶网应时而生

初见陈鹏,是在浉河区董家河镇毛尖茶网服务站,一袭朴素而又不失庄重的中山装,一脸严肃的表情,成熟老练的一言一行,让这位年轻人看起来与实际年龄有些不符。

“创办毛尖茶网,对于我来说,是个必然,也是个偶然。必然是因为我起初就热爱计算机专业,偶然是因为我爷爷特别爱喝信阳毛尖,渐渐地我也爱上了信阳毛尖。两者合二为一,就有了‘毛尖茶网’。”陈鹏微笑着告诉记者,随后打开话匣子。

陈鹏是土生土长的信阳人,但祖籍是浙江宁波的。20世纪40年代,陈鹏的爷爷辗转武汉经鸡公山而定居信阳,创

办了“百乐照相”。后来,陈鹏大学毕业后找了一份工作,但觉得与自己的专业不对口,便放弃了优越的工作,投身到了“互联网+”的世界。“因为爷爷喜欢喝信阳毛尖,加上我又是学计算机专业的,有多年ERP从业经验,所以就有了河南省百乐软件有限公司,有了‘互联网+信阳毛尖’的毛尖茶网。”

要想做好这样一件事,就必须得多去实地考察。2014年初,陈鹏带着他的团队深入到信阳所有茶产业地区开展调查研究。研究中发现,茶场按照自己的标准和价格,与茶农讨价还价采购“青叶”,于是就形成了“青叶交易市场”;茶场产

出的产品叫“毛茶”,在茶叶经销环节,茶叶批发商采购茶场“毛茶”,也不知道之前的任何信息,只能通过自己的标准来判断产品的质量和价格,于是就有了“散茶交易市场”。许多高品质信阳毛尖被无情地“挤”出了市场,从而形成了“次品市场”。

“客观地说,正是因为‘次品市场’的形成,给成千上万的茶农带来了很大损失。因为,在茶叶市场上,只有少数茶农靠‘自产自销’,才能把高端信阳毛尖销售到消费者手中。”陈鹏告诉记者,“只有买卖双方的信息一致了,才能让茶农真正获得高利益,我们的‘毛尖茶网’就承担有这样一部分责任。”

信息对称+撮合交易,让茶农真正走进市场

随着村村通道路和4G网络的基础建设,乡村在基础设施上与城市差距缩小。信息对称是互联网平台的核心功能,而这些基础设施的建设让互联网平台的运营成为可能。陈鹏告诉记者,有了“毛尖茶网”,如何让茶农享受“信息对称”,是重中之重。

根据自己的计算机专业,加上队伍的支持,陈鹏建成了一套系统的“交易平台及结算体系”,并在茶产业区乡镇设立了“毛尖茶网服务站”。“我们的宗旨就是专门服务茶农,帮助他们开网店、卖茶,专门设计制作了一个直达茶农网店的二维码牌子,还根据茶农产品有选择地制作了一批二维码印章。”陈

鹏告诉记者,有了这两种二维码,茶农与客户就可以轻松完成交易。

茶农可以在产品包装或塑料袋上粘贴含有产品销售链接的二维码标贴,形成网店回头客;消费者可以通过扫描二维码,直接拨打茶农电话进行商品议价,议价达成后可以自行修改产品价格并付款。“我们的宣传语就是:不懂网络没关系,打打电话做生意。这一切,都不需要茶农操作互联网,只要订单形成后,茶农送商品到达服务站委托发货,即可完成交易。”陈鹏说,再就是完成产业链中青叶和毛茶撮合交易问题,“我们与中国电信合作,研发了用电话按键抢单的一对多撮合交易模

式,通过后台发布订单,茶农通过接听电话得知商机信息,并且通过手机按按钮抢单。”

记者了解到,除了帮茶农完成迅速、便捷的交易,他们还在解决茶农资金问题上下功夫。许多茶农由于资金短缺,加上信贷“误区”困扰。茶农虽有销路,但苦于“无门”而望“财”兴叹。毛尖茶网建立了茶农资金管理模块,当产、供、销一体化的结算体系形成后,订单会成为银行贷款的有力证据,茶农直接通过银行就能快速弥补资金不足的“短板”,从而解决了整个产业链中茶农因资金不足而不能完成交易的问题。

新工具+多样化功能,为茶产业带来美好前景

“毛尖茶网是用三个已经在城市验证过的商业模式组合运营,承接起茶产业一二三产不同的协作场景。所以是茶产区茶人们新的协作工具。”对于“毛尖茶网”,陈鹏一边津津乐道,一边拿着手机为记者展示。

记者扫描二维码后一关注毛尖茶网,便收到回复:为信阳茶产业而生,此网为实名制买卖平台,采购双方需要公开姓名和联系电话。轻点商城入口,只见主页面上有品好茶、尝美食、订酒店、找休闲等链接,下方有商品分类、购物车、个人中心等链接。

点开商品分类,全市各产茶区都名列在内,再点开任一村庄名,茶农名字、产品图片、能够直接拨打的联系方式、链接有导航的家庭地址等等信息一目了然。

除此之外,还有一些农家饭庄、休闲山庄的信息,客户只要轻点手机屏,就能轻松完成订单。

在查阅主页历史消息时,记者注意到,“毛尖茶网”还适时发布一些诸如“毛尖采摘指数”“青叶价格指数”“春茶价格行情”等详细数值情况,还有“喝茶的最佳时间”“四季茶饮有什么讲究”等专业茶文化、茶礼仪知识。与此同时,还有对青叶散茶撮合平台的全面解读。然而记者了解到,这种微信平台只是毛尖茶网其中的一个板块。

记者了解到,目前毛尖茶网平台系统已经历三次升级(1.0 移动电商、2.0 撮合交易、3.0 乡村旅游),设立在乡镇的服务站已经具备电商开办、包装物流、知识培训、银行存取款、保险代办、视频直播等功

能。截至2016年底,“毛尖茶网”已经成功加盟农户10532户,其中开设电商2243户,在各乡镇村举办大大小小电商培训班232场,覆盖信阳茶产区15万人口。

“有了这些平台,茶产业的分工也会更细、更专业,处在一产的农民会与二产中的加工厂以及茶商茶企形成共生关系,茶农会对农产品质量更加关注,茶叶加工会出现更多名人、更多技法。茶企会拥有更好的品牌。对于‘毛尖茶网’的未来发展方面,陈鹏告诉记者,随着这些新工具的流行,整个茶产业的从业者在工作上都都会发生变化,慢慢地市场也会发生变化,“最终茶产业会因对人类健康的贡献,成为人类饮品行业中最大的赢家。而我们会为了这一终会完成的理想努力前行。”

「互联网+」引领信阳毛尖贸易新模式

访毛尖茶网创始人陈鹏

□ 本报记者 黄慧 周涛



毛尖茶网微信公众号二维码