

# 茶業「破冰」戰電商

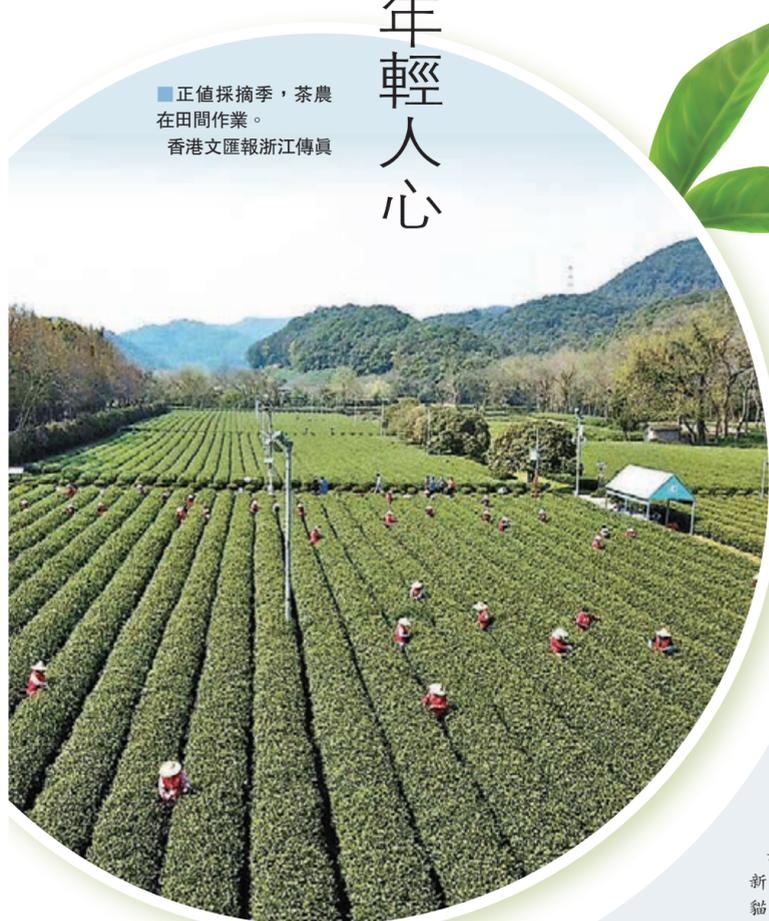
「99元(人民幣,下同)半斤的兩前龍井生長周期比較長,葉片形狀會較大,但屬於濃香型,耐泡,最適合作為「口糧茶」,喜歡喝龍井的朋友可以拍這款。」在淘寶直播上,這款龍井目前雖只是在預售階段,但月銷量已超過3萬件。眼下正值「御茶」西湖龍井上市季節,受疫情影響,線下茶葉門店銷售受到衝擊。茶商便推出兩三百元到七八百元不等、性價比高適合日常飲用的「口糧茶」在電商平台銷售,並在包裝上加入時尚元素,以拓展年輕人市場。

■香港文匯報記者 王莉 杭州報道

包裝時尚價格僅需幾百 直播帶貨助贏年輕人心

## 物美價廉吸後生

■正值採摘季,茶農在田間作業。  
香港文匯報浙江傳真



據艾媒諮詢《2019中國茶行業市場大數據及標杆商業模式研究報告》顯示,2013年至2019年,中國茶葉線上規模市場保持快速增長的趨勢,截至目前,中國茶葉線上市場規模達到235億元,相比2018年,增長了14.6%,預計將於2021年,增至298億元。

「讓年輕人想飲且飲得起」

杭州獅峰龍井茶業有限公司董事長余偉永坦言,今年春茶線下門店銷售確實遇到了很大問題,像原來銷量最好的機場和火車站門店都因為人流有限而受到了不小的衝擊。因此公司及時調整銷售策略,通過線上銷售的方式推出價格從幾百元到一千元左右的龍井茶,讓大眾能喝到真正的龍井,尤其是讓年輕人願意喝,也能喝得起龍井茶。

余偉永表示,公司今年線上推出的產品,是根據不同產區的特點,通過獨有的拼配工藝,保證西湖龍井「色翠,香郁,味甘,形美」的四絕。同時還針對線上購買群體主要是年輕人這一特點,在產品包裝上加入更多時尚、年輕化的元素。

客人:銷售同時應推廣文化

大部分年輕一代喜歡網購,疫情當下,茶商轉戰電商平台,以吸引年輕消費者購買。「我就是因為看到李佳琦在直播間推薦西湖龍井對茶葉『路轉粉』的。」在這個春茶季已陸續買

了兩千多元龍井茶的王小姐表示,「以前對喝茶就兩個看法,一個是中老年人的愛好,還有一個就是便宜。那天李佳琦突然推出258元200G的西湖龍井,出於好奇就買來試試,沒想到一喝就被那股香味和甘甜吸引了。之後又去關注很多網店的直播,不僅了解了更多有關茶葉的知識,還給自己和家人買了一些龍井茶嚐鮮。」

作為年輕消費者,王小姐認為,之所以很多年輕人沒有買茶的慾望和習慣,主要還是因為缺乏對中國茶的認識。所以,除了能讓消費者網購到物美價廉的龍井茶外,借助網絡平台把茶知識和茶文化傳遞給年輕人也很重要。比如西湖龍井要用玻璃杯,搭配虎跑泉水沖泡,還有西湖龍井是乾隆皇帝御賜的「御茶」等,在銷售過程中讓年輕人了解更多這些知識和故事,有助於中國茶的銷售和推廣。



■直播銷售成爲今年西湖龍井銷售新渠道。網絡截圖



百變包裝

香港文匯報浙江傳真

時尚



動漫

## 茶農另闢蹊徑 菜市現炒現賣



■買完菜的顧客來到陳秀玉的攤位買茶。  
香港文匯報記者王莉攝

「菜市场裡還賣龍井啊!」「你這個是哪裡的茶啊,是龍井43號嗎?」「多少錢一斤啊?」在杭州東山農貿市場新設的西湖龍井現炒現賣攤位前,攤主陳秀玉一邊炒着茶,一邊回答顧客的各種問題。市場工作人員介紹,這是杭州首家開設在菜市场裡的西湖龍井專賣攤位。

陳秀玉是杭州龍塢的老茶農,之所以想到來菜市賣茶葉,其實是被逼的。他表示,由於疫情,3月初大家就開始擔心外省的採茶工能不能及時回來。「茶農一年的收入就指望三四月份春茶這一季了。如果採茶工來不了,那真的是沒辦法了。幸虧3月中旬政府就專門派出免費班車接了一批採茶工過來,解了我們的燃眉之急。」

好不容易茶葉採下來了,可銷路又成了問題。「往年西湖龍井根本不愁賣,還沒上市茶葉經銷商,還有些老顧客都會提前預定。另外每年3月份,來杭州旅遊的人也是主要的消費群體,但今年來杭州旅遊的人也少了很多。同時,一些茶葉經銷商也沒來收購。」

顧客:睇得清楚飲得放心

困境之下,陳秀玉想到了進菜市賣茶。「我就想着菜市场人流量大,而且現在大家消費能力也都提高了,花幾百元買點新茶嚐嚐鮮也是很普遍的事情了。於是我就找市場經理去談,沒想到一拍即合,他們覺

得西湖龍井本身就是杭州特色的東西,現炒現賣還更能吸引客流。」

攤位上擺放着400元、600元、800元和1,200元一斤四種不同檔次的西湖龍井茶,陳秀玉說,賣得最好的是600元那一檔的,好多人都是買完菜之後被炒茶的香味吸引過來,看了茶樣,聽他介紹一番之後會買幾兩或半斤的回去嚐鮮,現在一天大約能賣出5、6斤茶葉,收入在4,000元到5,000元左右。

陳秀玉的茶由於物美價廉,不少人買了一次之後會再來光顧。一位老顧客說,前一天買菜的時候買了二兩,回家一嚐味道不錯,所以今天再過來買一些送給親戚也嚐嚐鮮。「在這裡買茶感覺放心,看得到炒製過程又能試喝,而且價格也可以接受。」

## 電商消費券助力 中國消費漸回暖

特稿

在上海新世界大九百貨,購物助理陳誠倚在某法國品牌化妝品的櫃檯上向消費者介紹春季新品,並爲在直播頁面下單的消費者提供與商場同步的優惠。銷售人員變身主播,在商場同步直播,兩天之內,這家百貨的網上銷售額達到了188萬元(人民幣,下同)。

在日漸恢復煙火氣的街巷裡,在「看不見」的互聯網上,大數據顯示,中國的商業正逐步恢復活力。美國新能汽車巨頭特斯拉16日宣佈入駐天貓,開出中國首家第三方平台官方旗艦店。特斯拉表示,特斯拉將線上模式拓展

消費券中小微商家受益多

復甦消費的還有實體商業。銀聯消費大數據監測顯示,2月下旬,銀聯消費金額周環比增幅爲3成;截至4月8日的過去一周,銀聯消費交易金額較2月中旬則增長六成。「與居民日常生活相關的,比如吃穿住行等這些行業的增速,普遍在四成到六成以上。」中國銀聯大數據部高級主管陳漢說。美國點評的數

據顯示,今年的清明小长假,全國到店餐飲日均訂單量與3月份的單日均值相比,增長了118%,交易額單日均值增幅則達158%。

3月以來,浙江、江西多地陸續發放消費券。「10元的消費券補貼撬動了近百倍的消費。」銀泰商業集團副總裁、杭州武林店總經理鄧朝軍介紹,政府出台的消費券加上銀泰的讓利,銀泰百貨平均客單價接近1,000元。支付寶數據顯示,截至目前,全國已有超千萬線下商家受益於消費券,其中9成以上爲中小微商家。 ■新華社



▲一位網絡主播在上海新世界大九百貨化妝品櫃檯直播銷售。網上圖片

## 全國人大常委會月底開會 將審議多項草案議案報告

香港文匯報訊 據新華社報道,十三屆全國人大常委會第五十次委員會議17日上午在北京人民大會堂舉行,栗戰書委員長主持。會議決定,十三屆全國人大常委會第十七次會議4月26日至29日在北京舉行。

委員長會議建議,十三屆全國人大常委會第十七次會議審議固體廢物污染環境防治法修訂草案、公職人員政務處分法草案、生物安全法草案;審議全國人大農業

與農村委員會關於提請審議動物防疫法修訂草案的議案;審議國務院關於提請審議著作權法修正案草案的議案;審議中央軍事委員會關於提請審議人民武裝警察法修訂草案的議案。

委員長會議建議,常委會第十七次會議審議國務院關於提請審議關於授權國務院在中國(海南)自由貿易試驗區暫時調整實施有關法律規定的決定草案的議案、關

於提請審議批准《中華人民共和國和巴基斯坦伊斯蘭共和國關於移管被判刑人的條約》的議案;審議國務院關於2019年度環境狀況和環境保護目標完成情況與研究處理水污染防治法執法檢查報告及審議意見情況的報告;關於農村集體產權制度改革情況的報告;審議全國人大常委會法制工作委員會關於強化公共衛生法治保障立法修法工作有關情況和工作計劃的報告;審

議全國人大常委會代表資格審查委員會關於個別代表的代表資格的報告;審議中央軍事委員會關於提請審議批准增補人民解放軍選舉委員會成員的議案;審議有關任免案等。

委員長會議上,全國人大常委會秘書長楊振武就常委會第十七次會議議程草案和日程安排等作了匯報。全國人大常委會有關副秘書長,全國人大有關專門委員會、

常委會有關工作委員會負責人就常委會第十七次會議有關議題作了匯報。委員長會議審議2019年全國人大常委會組成人員聯繫全國人大代表工作情況的報告。

全國人大常委會副委員長王晨、曹建明、張春賢、沈躍躍、吉炳軒、艾力更·依明巴海、馮鄂湘、陳竺、王東明、白瑪赤林、丁仲禮、郝明金、蔡達峰、武維華出席會議。