

最近，一张图在社交圈传疯了。

这张“小罐茶大师会不会累坏了”的图片被广为流传，其推算按照小罐茶超20亿的销售额，大师每人每天要炒1466斤的鲜茶叶。

致所有关心小罐茶的朋友

这两天，很多网友都@我叫小罐茶，询问“8位制茶大师手工制作”“一位大师一年炒了2.5亿的茶”等内容。大家都很关心“大师累不累”？我想，大师应该很累，但不是炒茶的手累，是解释得心累！

熟悉茶行业的人都知道，现在，稍具规模的茶企都已经在用现代设备替代手工制茶，这是行业转型升级的大趋势。但传统的制茶技艺就没有价值了吗？优秀茶人积累了几十年的经验该怎么传承？

小罐茶坚信：做好中国茶，创新才是最好的传承。正是这份初心，让小罐茶与各位制茶大师走到了一起，才有了“小罐茶，大师作”。

“大师作”指的是代表大师技艺的作品，并非大师手工去炒茶。作为小罐茶各个茶叶品类的“首席产品经理”，制茶大师们与小罐茶共同制定茶叶产品标准，严格把关原料采摘和生产过程。而更多的苦活、累活正在逐步交给现代化的制茶设备去解决。

“手工制茶”“大师累不累”确实是个调侃。但，传统制茶技艺的现代化创新，这条路，我们会坚定地走下去。

小罐茶

2019年1月17日

据小罐茶最新公布的销售额显示，2018年全年零售额为20亿元，回款金额10亿元

。按照小罐茶40克茶叶500元的零售价计算，小罐茶每斤茶叶的售价高达6000元。

- 按热度 | 按时间
-  保险问问答：人生的标配:喝小罐茶，住碧桂园，用金立手机
今天 13:05 回复 | 88
 -  微言杂语：信了这解释，那就不能信他们的广告了，广告明明白白写了：大师手工茶
今天 13:11 回复 | 50
 -  抗战史讲解员 V：虚假宣传嘛！中国政府从来就没有认证什么茶大师。别拿非遗来移花接木！卖的又贵，还不如上淘宝买些老字号茶叶靠谱
今天 13:08 回复 | 29
 -  今年去哪里浪 🏠：穷，是避免被征收智商税最直接的办法
今天 13:28 回复 | 27
 -  木玉茶瓷：玩的就是心跳，赚的就是暴利。
今天 13:14 回复 | 12
 -  高涛_SanSiro V：小罐茶全靠广告营销，买的人都是脑子不够数的🤡🤡🤡
今天 13:16 回复 | 7
 -  小坚果nnn：哈哈哈哈哈。那什么拿有机做噱头卖天价的猪肉绿豆啥的估计以后也是.....
今天 13:17 回复 | 4
 -  文武二丫：一本正经瞎说的广告
58分钟前 回复 | 7



什么是真正的成功人士？

就是喝着小罐茶，用着8848

小罐茶力求打造茶中贵族，茶叶价格自然和它的定位一样贵：一款24个小罐包装的茶叶售价1000元-8000元，每罐仅4g，仅够一泡，算下来一斤最便宜的小罐茶也要卖5000多元。



1997年，他用50万将「背背佳」做成行业翘楚，第二年狂销4.5亿;

2003年，他靠「好记星」掀起一场国人英语学习革命，销量超10亿台，逐步吃下数十亿的学习机市场;

2009年，他用「E人E本」撬动商务人群完成互联网化跃迁，累积销售16亿，后被清华同方14亿收购，净赚7

亿;

2015年，他靠「8848」

手机攻占高端机市场，仅仅2年，最低9999元起步的8848手机，圈钱20亿;

2016年，他携「小罐茶」

席卷央视，次年营收3亿，预计全年营收将达7亿，鲸吞三分之一的茶叶市场。

杜国楹正是「背背佳」、「好记星」、「E人E本」、「8848」、「小罐茶」背后的男人。



超女何洁代言背背佳




冯小刚、葛优代言E人E本



涉嫌虚假宣传 背背佳是健康帮手还是隐形杀手

<http://www.sina.com.cn> 2006年10月27日 18:47 四川在线-天府早报

曾经出现过非常有趣的现象：某台前脚播放了曝光8848涉嫌虚假宣传的新闻，后脚就开始播放8848的广告.....

但周期短、虚假宣传和媒体曝光，都不影响杜老板赚的盆满钵满。

- 1997年，用50万将背背佳做成行业翘楚，第二年狂销4.5亿;
- 2003年，好记星销量超10亿台，逐步吃下数十亿的学习机市场;
- 2009年，E人E本累积销售16亿，后被清华同方14亿收购，净赚7亿;
- 2015年，8848手机攻占高端机市场，仅2年圈钱20亿;
- 2016年，小罐茶席卷央视，次年营收3亿，预计全年营收将达7亿。

风头正劲的小罐茶

会重蹈覆辙吗？

小罐茶的销售模式，和杜老板的其他产品并没有什么区别。

电视的广告宣传，已经是众所周知的事实，只不过这一次杜老板没有选择明星代言，而选择了“8位制茶大师”，不仅保证知名度，也为产品质量站台。

而8位大

师队伍中，邹炳

良、谢四十、林振传、戚国伟、

王顺明等人背后，都有自己的公司或者依附于某家集团。

- 1、邹炳良是云南海湾茶业创始人、董事长兼大股东；
- 2、王顺明担任武夷山市琪明茶叶科学研究所（原武夷山市武云岩茶厂）所长，这是一家专业从事武夷岩茶栽培、加工、销售的企业；
- 3、戚国伟为杭州西湖龙井茶叶有限公司董事长兼大股东；
- 4、高碰来为福建省高建发茶业有限公司法人兼大股东；

- 5、谢四十，黄山光明茶业有限公司董事长，持股100%，也是公司法人代表；
- 6、林乃荣系上海中莉茶业公司法人兼大股东，福州茶厂副厂长；
- 7、林振传是福建品品香茶业有限公司法人、大股东；
- 8、张成仁是滇红科学研究院院长，背后有滇红集团做后盾。

但这些“大师”是否是真的大师？这些包装在小罐茶盒里的“大师茶”究竟是谁做的？在业内普遍存在质疑。

而广告中一再提及的包装，也没有宣传中那么“独一无二”。

2016年，小罐茶公司将其“小罐”作为一种茶叶包装容器申请实用新型专利，获得批准。同年6月，东莞市星翰五金制品有限公司向国家知识产权局专利复审委员会提出无效宣告申请。

2018年10月，国家知识产权局专利复审委员会经审理认为：涉案专利的是通过采用卷边的方式卷合罐盖与罐体，是市场上非常常见规的金属罐的卷和方式。并且小罐茶的包装不具有创造性、实质性的特点和进步，故最终宣告小罐茶公司的小罐茶包装专利权全部无效。

通过产品评论，也不难发现消费者心存疑虑。在知乎，可以看到很多对小罐茶的评价：小罐茶卖的不是茶，是智商税。

朋友是某高端商场招商部人员，某品牌小罐茶正在努力入驻这家商场。于是送了不少产品给朋友的部门。朋友不喝茶，所以拿自己的份送我们几个喝茶的。

简单来说，包装精致，干净卫生。但是品质嘛，还真对不起价格呢，喝起来口感香气真是非常一般.....就是拿中档的茶叶包装一下卖顶级的价格.....一种营销的新概念，我估计炒起来前就要熄火了。毕竟这种包装技术，不值钱。抽真空充氮气，薯片不都是这么包装的吗？一罐薯片几个钱？用在包装上才几个钱，可乐都是铝罐，包装值钱吗？

