

小罐茶产销项目计划书

北京小罐茶业有限公司

2022.12



“做中国好茶、做好中国茶”

CONTENTS

目录

- 01/ 关于我们
- 02/ 行业分析
- 03/ 项目阐述
- 04/ 投资说明
- 05/ 发展前景

PART NOE

关于我们

用一片叶子温暖世界





北京小罐茶业 有限公司

北京小罐茶业有限公司创立于2014年，是互联网思维、体验经济下应运而生的一家现代茶商。公司以“做中国好茶、做好中国茶”为使命，联手8位业界制茶大师，坚持原产地特级原料，传统工艺制作，真空充氮、小罐保鲜技术，以统一等级和统一价格，为中国茶做减法，彻底解决茶叶消费买、喝、送的三大需求痛点，用创新产品和体验，让茶真正回归生活，美化生活。

企业愿景

到2030年，以科学创新与艺术创造，成为国内最具价值的茶类消费品集团

品牌定位

中国高端茶

品牌使命

用一片叶子温暖世界

发展历程

2012年10月

北京小罐茶业有限公司正式注册成立

小罐茶邀请神原秀夫先生担当产品包装总设计，铝罐包装诞生

2014年12月

小罐茶自主研发的茶行业第一条全自动化铝罐罐装生产线投入使用

2016年

总投资15亿元的行业首个智能化工厂——小罐茶黄山中央工厂正式开工

2017年12月28日

小罐茶内部成立了两大研发中心——“茶叶工业装备中心”和“茶叶研发中心”

2018年

小罐茶和全球智能制造领军企业西门子达成了战略合作协议

2018年12月20日

小罐茶加大了茶园端的建设

2019年

发展历程

2019年5月

小罐茶联手世界智能
制造企业IBM共同打
造的“AI挑茶机器人”
在2019世界人工智能
大会亮相

为满足消费者自饮需
求，小罐茶多泡装发
布

2019年8月

主打年轻群体的彩罐
系列产品上市

2020年4月

小罐茶全新产品线—
—小罐茶·悦系列生活
茶正式上市，并宣布
演员王凯作为悦系列
生活茶代言人

2021年10月18日

2022年3月24日

年迹茶业（勐海）有
限公司成立，由北京
小罐茶业有限公司全
资控股

小罐茶黄山超级工厂
正式建成投产

2022年6月20日

2022年6月20日

小罐茶迎来十周年，
小罐茶全新子品牌茶
几味·新国民生活茶正
式发布

品牌荣誉

- 2017年10月，小罐茶获中国茶叶流通协会评选为2017中国茶业最佳营销企业品牌；
- 2017年12月，在中国食品企业社会责任年会被评为百强企业；
- 2017年12月，全球外交官中国文化之夜指定礼茶；
- 2017年12月，被罗博报告评为年度影响力茶品牌；
- 2018年12月，获SICQ品质优秀奖；
- 2018年12月，被罗博报告评为“年度品质生活典范茶品牌”；
- 2018年11月，被中国茶叶流通协会评为“2018中国茶业品牌传播力十强企业”及“中国茶叶百强企业”；
- 2019年8月，小罐红茶等产品被中国茶叶流通协会评为“2019(春季)茶叶超级单品”；
- 2019年8月，小罐红茶被中国茶叶流通协会评为秋季红茶超级单品；
- 2019年11月，2018-2019食品安全诚信示范单位、第十七届食品安全年会科技创新十强企业、第十七届食品安全年会社会责任领军企业；
- 2019年11月，在中国食品安全年会获评“科技创新十佳案例”“社会责任领军企业”；
- 2019年12月，在中国食品企业社会责任年会获得产品质量管控卓越奖；
- 2019年12月，轻松筹2019年度公益责任品牌；
- 2020年1月，在中国经济发展高峰论坛被评为“2019中国经济十大创新力企业”；
- 2020年4月，小罐茶茉莉花茶获得2020第59届“MONDE SELECTION特别金奖”，小罐茶小罐红茶获得2020第59届“MONDE SELECTION金奖”；
- 2020年6月，黄山“纳税十强企业”；

- 2020年7月，小罐茶·龙井茶获第十届“中绿杯”名优绿茶特金奖，小罐茶·早春雀舌茶获第十届“中绿杯”名优绿茶金奖；
- 2020年9月18日，获评艾媒金榜(iiMedia Ranking)发布的《2020中国茶叶品牌线上发展排行榜单TOP30》第1名；
- 2021年5月，小罐茶荣获Foodaily每日食品和哈佛商业评论中文版的“iSEE卓越创新实践奖”，彩罐荣获“iSEE综合创新奖-银奖”；
- 2021年6月，入选艾媒金榜（iiMedia Ranking）发布的《2021年6月中国本土茶叶品牌线上发展排行榜Top10》，排名第1；
- 2021年5月，小罐茶金骏眉获中国茶叶流通协会“全国传统名茶产品质量推选金奖”，安吉白茶获“全国传统名茶产品质量推选特别金奖”；
- 2021年12月，在财经类头部媒体《财经》发起的第四届“新奖”评选活动中荣获“年度最受消费者青睐食品饮料品牌奖”；
- 2021年12月，小罐茶荣获2021年度北京晚报食全十美总评榜“年度创新智造品牌”；
- 2022年5月，第61届世界品质评鉴大会MONDE SELECTION奖项评选结果公布。小罐茶荣获六项大奖：小罐茶金骏眉红茶、大红袍茶、茉莉花茶分别获得最高奖项“特别金奖”，普洱茶（熟普）则获得年度金奖。小罐茶金骏眉红茶和茉莉花茶被额外授予“国际高质量奖杯”；
- 2022年5月，小罐茶被第十九届（2022）中国慈善榜授予“年度慈善榜样”称号；
- 2022年11月25日-28日，2022中国企业家博鳌论坛在海南博鳌举行，期间发布了《数字经济和实体经济融合发展报告(2022)》，小罐茶入选“数字样板”案例。

PART TWO

行业分析

用一片叶子温暖世界

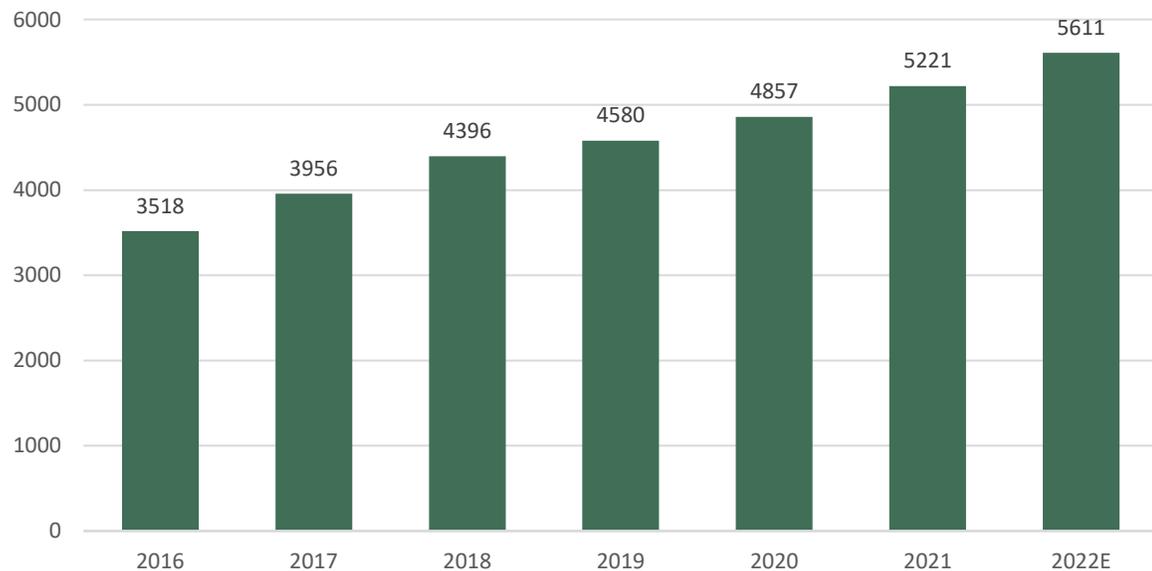


中国是茶叶的原产国，拥有着悠久的茶叶种植开发利用的历史。进入到21世纪以来随着科学技术的快速发展。人们生活节奏的加快，消费选择向着营养、健康、快遭便捷的多元化方向发展。在茶叶的利用和加工方面，已经不仅仅局限于原叶茶，还有更多的茶叶摄取物和食品、药品以及日用化工用品等新的消费增长点。

现代生活水平正在不断地提高，对于茶叶的消费，消费者已经不仅仅满足于低层次的饮用需求了。从“物质”到“精神”的消费变化逐渐明显，有一定消费能力的消费者在选购茶叶时越来越看重品质和品牌。相对应地，散装的、无品牌的茶叶市场份额正逐步缩小，消费者对茶叶从地域、品类的认识在逐渐过渡到对品牌的认识，更加注重包装档次、服务、店面风格、品牌管理等方面。这也促使茶行业不断进行新一轮的更新换代，经过一番番的大浪淘沙、优胜劣汰，从而筛选出更适合未来市场的经营者。



市场规模



得益于中国人对健康生活方式的关注不断提高以及过去几十年间中国人均可支配收入持续增加，按收益计，中国茶市场的市场规模由2016年的3518亿元增加至2021年的5221亿元，复合年增长率为8.2%，尽管受到全球新冠疫情的影响，预计2022年中国茶市场的市场规模将达到5611亿元。



随着中国消费者健康意识的提高，中国茶叶市场作为中国茶市场的主要分部和增长动力正稳步增长。中国茶叶总年产量由2016年的230万吨增加至2021年的310万吨，复合年增长率为6.2%。按收益计，2021年中国茶叶市场的市场规模达3049亿元、新鲜茶饮市场规模达1334亿元、即饮茶市场规模达838亿元，预计2022年茶叶市场的市场规模达3223亿元、新鲜茶饮市场规模达1534亿元、即饮茶市场规模达854亿元。

根据组成成分，茶叶产品可分类为原味茶和调味茶。原味茶通常仅包含茶叶及新芽，不添加任何其他原料，而调味茶通常经过再加工，在茶中更增添了花香、果香及其他原料的风味。有史以来，原味茶市场份额明显大于调味茶。然而，调味茶在市场上相对较新。中国调味茶市场2016年收益仅86亿元，但于2021年飞速增加至152亿元，复合年增长率为12.1%，预计2022年市场规模将达到162亿元。

调味茶市场

2016年收益

86亿元

2021年收益

152亿元

复合年增长率

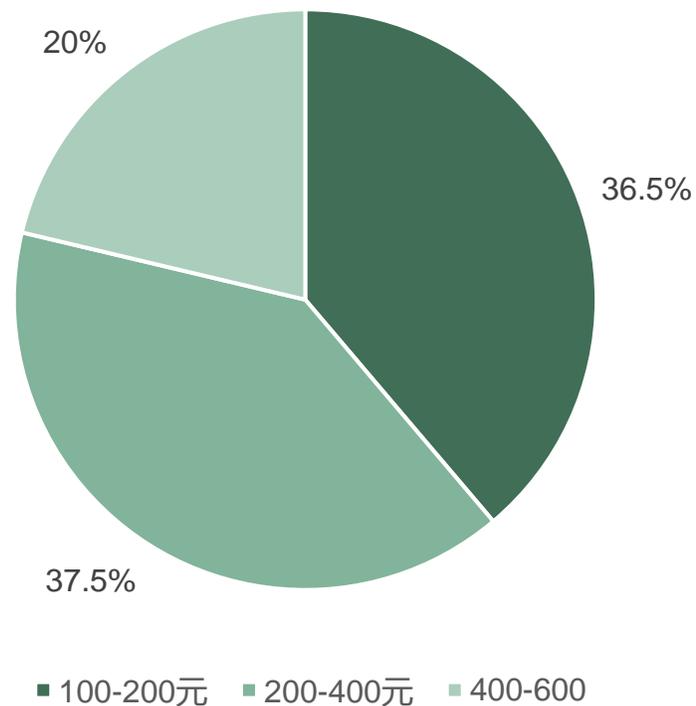
12.1%

2022年市场规模

162亿元

调研数据显示，2022年超过九成的中国消费者有喝茶的经历，保持每天喝茶习惯的消费者占47.5%，茶叶成为人们生活中的刚需。随着健康养生观念的加深，63.3%受访消费者表示会选择喝茶来达到保健的目的。此外，喝茶场景多元化，兼具休闲、社交和商务等场景。

调研数据显示，为了自饮而购买茶叶的消费者会更注重茶叶的性价比，消费100-200元的消费者占比最高，为36.5%。而以送礼为目的消费者会购买价格更高的茶叶，37.5%的消费者选择了200-400元的茶叶，20.0%的消费者选择了400-600元的茶叶。艾媒咨询分析师认为，目前茶叶市场价格分化较为明显，散装茶叶价格较为大众化，礼盒装的茶叶更适合送礼，价格普遍较高。



市场发展趋势

生产更加专业细分

从茶类来说，各茶类的品种对环境都会有一定的要求，茶叶生长的区域特征决定了茶产区的细分，如安溪产铁观音、武夷山产岩茶、云南产普洱茶。

从加工产品来说，传统茶叶、茶饮料、速溶茶、袋泡茶等都会更专业。

产品更加注重质量

日前中国茶叶最难解决的问题就是农药残留、重金属等有害物超标的问题。部分品牌被抽检出不合格。随着人们对茶叶的要求越来越高，特别是一些消费者愿意出高价买好茶的前提下，茶叶会更加注重产品质量。国家质量监督部门管理检测一定会越来越严。





品牌更加强调信誉

中国茶叶品牌很多，但真正值得信赖的品牌还比较少。有些品牌靠广告推广来做大名气，没有死心踏地做品质，以质取胜。

这也是目前茶叶市场乱象之一。形成想找好茶的人找不到好茶，真正好茶又卖不出去的恶性循环。

营销更加趋于便捷

目前茶叶品牌可信度低，许多人都习惯品后再买。这就导致了，茶叶的销售务必走店铺营销的路子。随着电商的广泛使用，茶叶也挤入其中，但真正高档茶还是比较难销得动。因为没喝过，不敢花大价钱买高档茶。品牌与品质相匹配，是改变营销方式的根本。



随着市场竞争的激化，茶品市场入局者开始探索行业品类细分化的市场需求，不断打造新场景、新产品、新需求。当前传统茶行业已经进入了成熟阶段，庞大的市场规模和新兴的消费习惯让新晋茶企可以不断探索新的茶叶细分需求市场，形成自己的特色。此外，消费者的需求多样，未来的行业格局将会是多品牌共同发展的状态。因而品牌需要找准定位，并且在定位之中争取成为消费者的首选。



据中国茶叶流通协会发布的数据显示，目前全国茶园面积总面积达4395.6万余亩，茶叶产量逐年增加，产能过剩问题日益凸显。在供给侧来讲，面对如此高的产量，生产效率有待提高。控制成本，市场价格稳定，才能销出更多的茶叶，避免产能过剩。

除了生产方面的困难，在销售方面，单一、低层次的销售方式应该改变，在营销方面，小罐茶是一个值得研究的案例。小罐茶这样的储存方式，按照每泡4克的出售，迎合了高端消费者市场。也给做惯了散装茶、罐装茶的企业们一些新的思路。

在相对传统的茶行业，小罐茶无疑是有一些创新的：创新的包装，创新的“反向整合”打法，创新的工业化、品牌化发展路径，以及为捍卫创新而建立的知识产权保护体系。这一切让小罐茶建立起有别于传统茶企的自身特色。

罐装茶叶市场

据了解，铝罐是唯一一种能覆盖其回收和再生成本的包装材料。铝罐是完全可以回收的。一个回收铝罐最快能在60天后再回到货架上——在重新制罐的过程中，它的能源消耗量和温室气体排量均会减少95%左右。小罐茶选取的便是这种能覆盖其回收和再生成本的“铝制”包装材料，这有利于提高资源利用率和环境保护。

目前国内茶饮品种繁多，生产企业呈现数量多、体量小、产品质量参差不齐的情形。虽然已有数家区域性龙头企业，但就整个茶行业规模来说，大型企业、名牌产品在整个市场中的市场份额仍然较低。茶叶还在后市场方向延伸出一些新产品，主要分为深加工快消费品和新茶饮产品。深加工快消费品包括各类茶制食品、罐装茶饮，新茶饮则以各种奶茶、茶饮店为代表。



随着电子商务的兴起，许多茶企纷纷入驻B2C电商平台、开设品牌线上自营店，对线上渠道的重视程度不断提高。在消费领域，根据消费习惯的不同，茶叶的消费主要可分为家庭消费、服务性消费、团体消费、礼品消费、休闲消费、收藏消费等。以小罐茶为代表的现代派茶企逐渐成为茶产品消费主流。

家庭消费

服务性消费

团体消费

礼品消费

休闲消费

收藏消费

PART THREE

项目阐述

用一片叶子温暖世界



项目缘起

自小罐茶成立之间，如今发展已经经历了十个年头，而这恰好是我国消费升级的时期。小罐茶一直致力打造一个全品类高端中国茶品牌，并且借助互联网技术推动，成为我国的茶叶品牌的创新引领者。小罐茶纵向打通全产业链，横向多品牌布局，共享供应链和渠道的理念，值得很多企业借鉴。同时也凭借着如此布局，让更多人士了解中国茶，爱上中国茶。精美的小罐包装、高端的品牌形象、还有简约的店面设计，让小罐茶迅速成为了中国茶叶界的新晋“网红”。

目前，全国疫情政策开放，在经历短暂的冷却之后，2023年消费市场必然出现快速增长。尽管小罐茶的茶叶价格是公认的贵，但是凭借着明显的定价标准，且波动幅度较小，小罐茶还是从一众茶企中突围。更重要的是，消费者对小罐茶的态度，就是对待消费品的态度，摒弃了传统茶企不下云端的特性，小罐茶从农产品和文化品的两级之中跳了出来，最终成为了新消费品品牌。



明显的定价标准



波动幅度较小



摒弃传统茶企不
下云端的特性



饮茶正重新成为现代人的潮流生活方式。

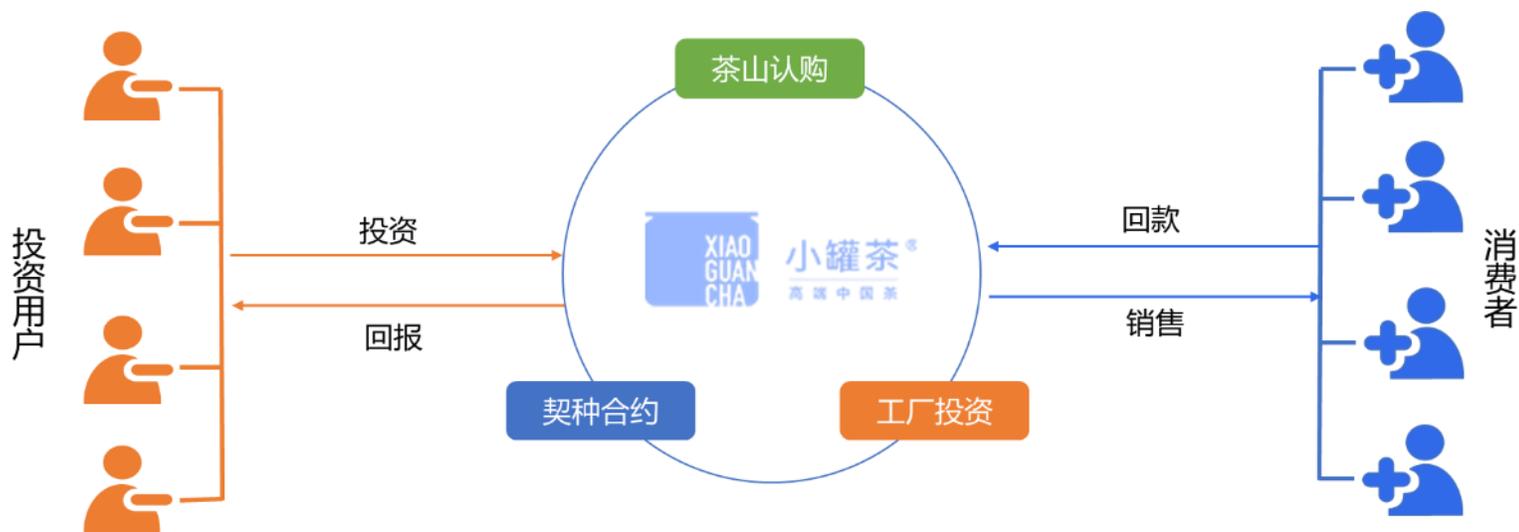
小罐茶敏锐捕捉用户需求，于2022年顺势推出年迹·年份茶、茶几味·新国民生活茶、C.TEA.O智能泡茶机三大全新子品牌，让中国茶走进更多人的日常，伴随着疫情政策全面开放，小罐茶在2023年必然会走上一个新的台阶。因此，小罐茶的原料需求也将大幅度增加，对茶园、茶厂的供给能力提出了更大的要求，所以北京小罐茶业有限公司未雨绸缪，开始投资进行原料供应能力的升级。



本次投资将是小罐茶迈向中国茶业第一公司的重要节点，为了集合更多的力量，公司开放一部分投资名额，面向社会投资者募集资金和社会资源，让大家共同见证小罐茶的成功！

项目模式

小罐茶是一个投资规模大，但回报高且收益持久的行业，本公司将围小罐茶产销项目打造一个综合服务平台，让喜爱茶叶、对中国茶叶市场感兴趣的投资者可以获得一个良好的投资机会，在获得收益的同时，也能够为中国茶叶市场的消费升级贡献一份力量。



投资者可以选择自己喜欢的众筹产品进行投资，每种众筹产品的投资金额和回报均不一样（详见第四章），但无论是哪种投资产品，均有足够的回报空间，能够让投资者获得满意的回报。

本公司是中国茶业领域首屈一指的知名公司，本次投资也是公司首次正式对公众开放投资，我们充分考虑到公司品牌影响力以及投资者对公司的信任，所以设立了完善的投资保障体系。具体如下：

产品真实性保障

公司旗下每一个投资产品均可以保证其真实性和可行性，而且在正式推出之前都会进行调查和分析，确保产品在盈利能力、有效性和市场需求等方面都确保没有问题才会正式上线。

风险控制保障

公司有专业的风控团队，在风险控制的能力上较为突出，有着较为丰富的实操经验。团队会对所有投资产品的风险控制上进行严格把关，一旦发现任何风险问题，都会进行处理，保障产品运行的时候不会出现问题的。





资金安全保障

公司所有投资产品均有专门的第三方金融机构平台账户进行资金监管，同时都会委托大型保险公司来对项目的本金进行投保。且公司内部有完善的资金流动机制，杜绝个人挪用资金的情况，投资者不会担心会出现资金风险的问题。

现场监督保障

因为本项目是实体投资，投资者的资金全部用于公司原料能力提升。公司会有专门的团队进行现场监督，监督内容包括茶树种植、茶厂生产和大师制茶等各方面，确保投资者的资金得到充分利用，资金回报率达到最优状态。

制作工艺精良，产品优秀

小罐茶的所有茶青，均由经验丰富的老茶农纯手工采摘。手工采摘与机械采摘相比，虽然速度慢，产量少，但品质更优异，且手采独有的截断面更利于特级茶的制作。黄山超级工厂是小罐茶依照工业4.0标准打造的智能工厂，并且将互联网技术广泛的应用于茶叶研发、检验检测、智能立体仓储、全自动分装及科学物流上，大大的提高了生产效率和标准化的程度。并且，黄山超级工厂的仓储物流MES系统与中央驾驶舱与西门子合作开发，从企业管理层面推动流程运作，实现端到端（生产端、消费端等）的数据实时传输，高度实现了仓储物流的自动化。



为保证茶叶的品质，杂质的去除格外的重要。小罐茶在识别杂质上采用了智能化的办法。其与IBM合作研发的AI除杂机器人，采用人工智能神经网络系统自学习模型算法，通过GPU图像运算，能够更加精准的识别茶叶中的杂质并且精确定位后由机器人挑拣出来。这项技术的应用，让茶叶的除杂工作效率倍增，远高于人工效率。除此之外，小罐茶还拥有全自动的灌装生产线，从整箱自动上罐开始到自动检测克重等多达10个步骤，都能够全自动化实现，并保证效率和精度。

项目优势

大师制作，口碑传承

小罐茶。制茶技艺非物质文化遗产传承人，就是一种茶叶制作技艺出类拔萃的代表者。小罐茶历时3年遍访全国，跋涉数十万公里，打动8位制茶大师，为用户呈现10款现代用茶。这些大师及其代表作包括：

林振传，福鼎白茶

王顺明，大红袍

卢江梅，龙井茶

林乃荣，茉莉花茶

高碰来，安溪铁观音

谢四十，黄山毛峰

邹炳良，云南普洱

张成仁，滇红

制茶技艺决定茶品优劣，大师们几十年如一日的专注和领悟，练就出享誉业界的制作技艺。每一罐小罐茶，严格遵照大师工艺悉心制作。原料与工艺的完美融合，技术与艺术的美妙交融配比，方能成就一款代表作。珍稀原料，大师工艺，不仅是大师个人的代表作，也是中国茶的代表作。

铝罐包装，最大限度保障茶叶新鲜，方便用户

小罐茶我们选择用食品级铝材来做一个罐子。铝罐有着极高强度，同时也有着极强塑性；关键的是，它非常安全和环保，铝罐和铝膜都能很好的实现回收再利用。所以，我们缔造出了这个颜值与实用性俱佳的小罐。好茶是活的，但空气、光线、水分、外力、手触都会悄无声息地破坏这种活性。



铝罐瞬时充氮工艺

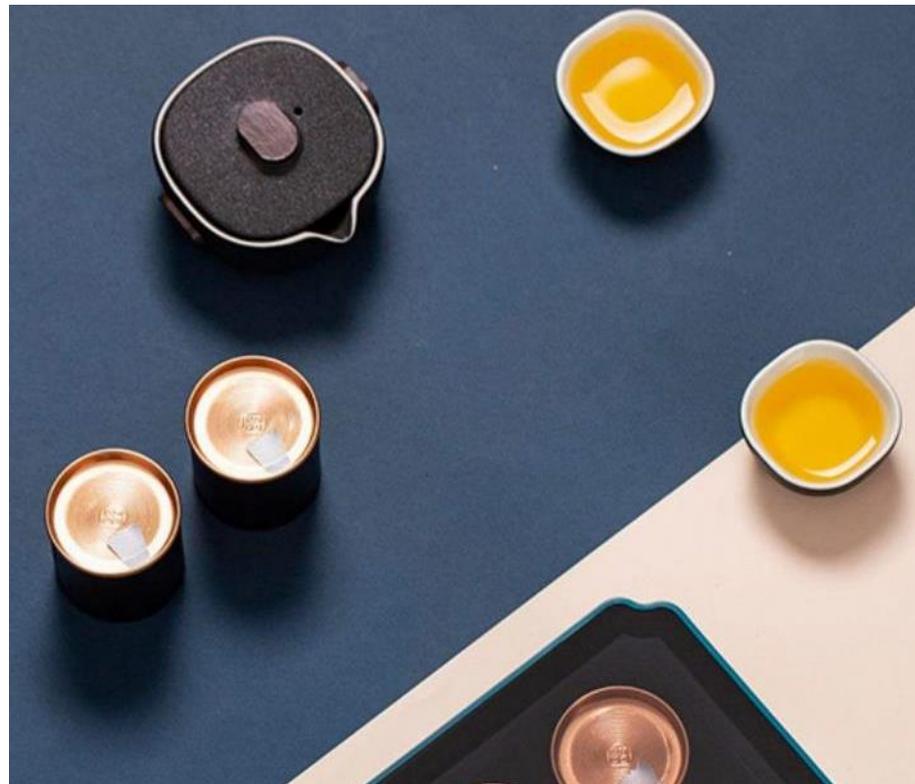
我们独创铝罐瞬时充氮工艺，彻底隔绝来自空气、阳光、水分、外力和手触对茶叶的侵害，确保好茶不氧化、不吸味、不受潮、不破碎，好茶能更长久保鲜。而且一罐一泡的小罐茶，创新引入用户体验的理念与设计。一罐一泡，不仅让冲泡更简单，配合小罐茶茶具使用，更确保每一泡茶的口感都恰到好处。铝箔封口，一撕就开。手与茶真正零接触，自饮卫生，待客尊敬。

项目优势

标准化产品，用户体验强

小罐茶坚持对产品进行标准化和简约化。一种茶，只做一款产品，8大名茶，坚持统一等级。一罐一泡，科学定量，不仅饮用简单、方便，更确保了每一泡茶的口感恰到好处。一罐一泡，手与茶零接触，饮用更卫生。小罐茶每一罐都是大师监制，统一品级，统一价格，无论是馈赠亲友还是商务往来，送小罐茶均是上档次的行为。这种优质的用户体验可以让小罐茶更容易打开市场，更好地获取消费者青睐。

一罐一泡

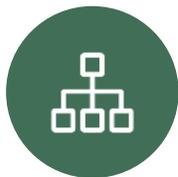




第一阶段

筑牢基础，树立样板

推出三大全新子品牌年迹年份茶、茶几味新国民生活茶、C.TEA.O智能泡茶机，以供应链为核心，构建连锁体系，实现品牌化、连锁化、规模化、智能化；



第二阶段

优化经营，招商加盟

全面优化小罐茶的招商体系，增强体验感，开展更加广泛的招商，增加营业收入、提升净利润率；



第三阶段

吸引流量，提升业绩

加大小罐茶的推广力度，让更多的商家融入，将更多的消费者锁定，不断扩大市场占有率，大幅提升平台营业额，努力提高项目净利润；



第四阶段

推进项目稳健发展

保持良好业绩，规范财务体系，在本阶段争取登录股权交易所，依靠资本活力，稳健发展盈利。

PART FOUR

投资说明

用一片叶子温暖世界



本项目有三种投资方式，分别是茶山认购、契种合约和茶叶工厂投资，不同的产品详细说明如下：

■ 茶山认购

产品名称	投资金额	投资期限	日收益率	奖励
茶山认购·小罐茶武夷山岩茶直营茶山	500元	60天	0.7%	120%可提现额度
茶山认购·小罐茶黄山毛峰直营茶山	3000元	120天	0.9%	150%可提现额度
茶山认购·小罐茶云南滇红直营茶山	20000元	180天	1.3%	200%可提现额度
茶山认购·小罐茶安溪铁观音直营茶山	50000元	240天	1.5%	280%可提现额度

注：收益按天支付，到期返本。

■ 契种合约

产品名称	投资金额	投资期限	日收益率	奖励
王顺明大师茶~武夷山·大红袍	1000元	180天	1.6%	245%可提现额度
李振传大师茶~福鼎·白茶	3000元	240天	1.7%	300%可提现额度
卢江梅大师茶~武夷山·大红袍	5000元	365天	1.8%	425%可提现额度
·张成仁大师茶~临沧·滇红	10000元	365天	2%	460%可提现额度

注：到期返本付息。

■ 工厂投资

产品名称	投资金额	投资期限	日收益率	奖励
小罐茶·黄山茶叶工厂-240天	1500元	240天	2.3%	350%可提现额度
小罐茶·黄山茶叶工厂-300天	30000元	300天	2.5%	450%可提现额度
小罐茶·黄山茶叶工厂-365天	100000元	365天	2.7%	600%可提现额度
小罐茶·黄山茶叶工厂-420天	300000元	420天	2.9%	800%可提现额度

注：到期返本返息。

PART FIVE

发展前景

用一片叶子温暖世界



318万吨

2021年中国茶叶产量

同比增长24.82万吨

230.19万吨

2021年茶叶销量

同比增长10.03万吨

8102亿元

预计2025年中国茶市场

中国是茶叶的国度,茶叶在中国的历史悠远,成为人们必备的饮用品,为中国人民所喜爱和推崇。随着科技的进步和中国茶叶需求量的进一步增加,中国茶叶产销量仍将保持增长,2021年中国茶叶产量318万吨,同比增长24.82万吨;茶叶销量230.19万吨,同比增长10.03万吨。随着中国消费市场在养生、健康等方面意识的增强,也将带动茶市场的市场规模进一步提高。按零售消费价值计算,预计2025年中国茶市场的市场规模将达到8102亿元,中国茶市场的市场规模将保持持续稳定增长。

发展前景

从行业角度来看，小罐茶黄山超级工厂的建成投产，为正处于数字化发展起步阶段的中国茶行业提供了有效参考，也意味着中国茶向工业化消费品转型迈出了关键一步。小罐茶已经经过了高速发展的十年，下一个十年，在探索中国茶行业新流通模式的基础上，小罐茶定下了100亿元的营收目标。2021年，小罐茶的年销售额已恢复到20亿。成为中国茶企的头部公司。小罐茶敢为人先探索中国茶的崛起之路，为正在探索创新发展的后来者提供了借鉴和参考，其在颠覆行业发展的同时，也引领茶行业走出了发展新范式。



后疫情时代，有危也有机，能够在变化不定的市场中看到机遇，是优秀的投资者必备的眼光。小罐茶项目拥有知名的品牌、优秀的产品和准确的市场定位，投资者投资本项目，必然能够在疫情后的消费市场中获得高额的收益。

小罐茶期待您的加盟!

北京小罐茶业有限公司

2022.12