

## 2019 年后月第十一款众筹茶——勐海古韵（生茶）白皮书

### 一，后月品牌篇：



- 1， 云南后月红茶业有限公司是后月品牌输出的第一家公司，也是后月的核心公司，依托后月红公司，后续计划成立的销售公司和茶业公司，也都会采取股东众筹方式，欢迎大家持续关注；
- 2， 后月的诠释：知后味，岁月香；
- 3， 后月茶诠释：源自森林的古树茶；
- 4， 后月的定位：由后月众筹茶延伸到茶空间产品，提供一整套茶空间解决方案，包括普洱、红、白茶等，形式为传统饼茶、方便茶、茶人服、茶器具和其他茶相关产品；
- 5， 后月官方网站：[www.houyue.com](http://www.houyue.com)。
- 6， 后月官方电话：0691-5510888

### 二，原料篇：

- 1， 原料定位：品饮级生茶；
- 2， 大树与古树比例：由 60%的大树、40%的古树拼配而成；
- 3， 茶区：包括南糯山、布朗山和勐宋三大茶区，涉及拔玛、贺开和滑竹梁子。

- 4, 春茶与秋茶比例：以秋茶为主，20%春茶。
- 5, 后月第八款众筹：鲜叶采自海拔 1600 米以上的森林中的乔木生态茶原料。
- 6, 无使用农药化肥，茶滋味山野韵味明显。

### 三，制作篇：

#### 100 克盒装

- 1, 100 克/盒 / 17 片；6 克 / 片，一件 70 盒，整件为 7 公斤；
- 2, 全程不落地，阳光晒干；  
鲜叶集中后月勐海工厂处理，全程不落地，适度萎凋，中温杀青杀透杀熟，揉捻后阳光直射（非晒棚）晒干。

#### 饼茶

- 3, 饼茶 357 克/饼，一提 7 饼，一件 10 公斤、4 提共 28 饼；
- 4, 内飞无印刷，十分环保，压痕工艺，“后月”logo 形状；
- 5, 单饼包括内飞、大票、内层白绵纸、外层绵纸和防伪标贴等包材元素；
- 6, 整提外扎笋壳；
- 7, 总计数量：2.8 吨；
- 8, 全手工石磨压制。

#### 共同特点：

- 1, 没有撒面，里外一口料；
- 2, 出品方：云南后月红茶业有限公司；
- 3, 主要原料把关、拼配有 2 人，分别是梁祥田和吕建锋，梁祥田老师是后月红公司的首席技术顾问。

#### 包装：



6 克\*17 饼小饼



357 克大饼棉纸涂图

### 五，防伪与编号

- 1, 防伪和编号都在一个标签上；
- 2, 每饼每袋的编号都不一样；
- 3, 发货的时候都会注明对应的编号发给了谁；发现串货直接购买，谢绝参

- 加后续众筹；
- 4， 防伪查询网址：[www.houyue.com](http://www.houyue.com)， 电话：020-28871315。

## 五，外观和口感：

- 1， 外形：条索粗壮，黄绿相间，饼型周正；
- 2， 汤色：明黄透亮；
- 3， 香气：花果香明显，汤中含香；
- 4， 口感：香甜、水细润，汤温软，滋味饱满，微涩，顺，滑；
- 5， 甘甜：生津回甘良好、持久；
- 6， 尾水：细甜，韵味悠长；
- 7， 韵味：回味悠长、净，透、纯粹；
- 8， 茶气：清正顺畅，走阴下行，循环性好；
- 9， 综合评价：后月勐海古韵延续第八款勐海古韵的制作思路，香甜水柔，勐海味明显，幽幽花果香，山野韵足；茶汤温软，身体舒服，是一款集口感和体感俱佳的上好生茶，是一款现在好喝、以后更好喝的茶！。

## 六，我们的众筹古树生茶和大多古树生茶的区别：

### 1， 原料

选用海拔 1600 米以上、大树龄 50—60 年、古树树龄 100 年的生态茶鲜叶为原料，高海拔、森林覆盖特征明显；区别市场上不少选用坝区的低海拔台地茶冒充古树茶原料，茶韵味不足，有刺激无胶质，茶汤甚至卡喉、痒，不解渴。

### 2， 工艺

我们这款古树生茶鲜叶集中后月勐海工厂处理，全程不落地，适度萎凋，中温杀青杀透杀熟，揉捻后阳光直射（非晒棚）晒干，干净不止一点点。能达到现在好喝、以后更好喝的目标！

### 3， 口感、香气

第十一款众筹茶有三大特色：水细润，汤温软，花果香。是一款喝得出来野森味的茶，延续后月生茶一直拥有的顺滑，喝多也不会生厌，可以各种对比与 PK，试试就知道。

### 4， 体感

我们常说一款好的茶就是喝了让人舒服，喝了停不下来，可以一天从早喝到晚，甚至可以重复喝、连续泡五次六次茶，每泡都喝到尾水。充分说明该茶原料生态极佳，茶气循环好，故身体吸收佳。

## 七，如何冲泡：

盖碗沸水直接冲泡；  
120CC—150CC 盖碗，6—7 克；  
150CC—200CC 盖碗，8—10 克；  
其他容器，参考放茶；

#### 大杯闷泡：

直接沸水泡，投茶量 500 毫升水放茶 1—2 克；  
其他容器，参考放茶。

#### 冷水泡：

放少量茶，浸泡 12 小时或更长，如丢冰箱保鲜层一晚上，茶汤香甜温润，比很多饮料更好喝。

总的来说，可以各种水温各种方式冲泡，是一款真正的不挑茶道、可以乱泡的好茶。

### 八，您可能关心的问题：

#### 1，为什么说后月勐海古韵是健康茶？

生态、零农残这些是必备条件。

抛开这些不说，我们来做一个实验。一天喝到晚，不喝其他茶，连续喝一天，看看身体舒服不，晚上睡觉有没有影响？后月第十一款勐海古韵表现都非常好，身边有些朋友胃寒基本不敢喝新的生茶，但这款茶都可以喝（当然，得要控制量）；一天喝到晚都不腻，身体轻松不觉得累，睡觉没影响；再去试试其他勐海茶，这样一整天，就知道区别了。

#### 2，勐海古韵的送检

我们的检测样品绝对是大货里面抽出来的，我们绝对不会特定做专门的样品送去检测。欢迎各位把我们的后月易武古韵拿去送检，如果检测有大的出入，和我们公布的检测报告不一样，后月众筹团队愿意承担检测费及其一切后果。

我们送检首选台湾 SGS，SGS 号称全球最严标准，充分体现了后月众筹团队对产品有十足的信心。

#### 3，那么究竟什么是勐海古韵？我用四个关键词来表达。

水细润，汤温软，花果香，韵味足。

#### 4，我们有公司，是众筹性股份公司，有自己的初制所，成本降低很多，也给消费者带来实惠；原料真实，不做假；已完成的众筹十款茶，就是很好的证明。

#### 5，生态好。我们之前的众筹茶产品都是非常好的生态，有检测报告；这款勐海古韵预判原生态零农残，等检测报告，即将送检。

6, 骨架的概念, 此款古树生茶骨架非常好。

后月全程自制, 这是我们一直的追求。后月从鲜叶开始管控, 全城不落地制茶, 根据天然气候进行晒青, 最后分享给茶友, 就是为了一个“真”字。茶做得怎么样和我们的能力有关, 但“真”我们可以非常自豪地说我们做到了。

7, 为什么要拼配?

拼配不是造假, 更不是要用垃圾原料。后月的每一款原料都是自己做的, 原料可控、制作过程可控, 每一款原料都是可以单独品饮的, 后月内部也会组织多次审评, 合格的原料我们才会拼配使用。后月已经做了 10 款众筹茶, 5 生 1 熟 2 晒红 1 白茶, 都是拼配茶。应该说拼配有非常多的好处, 原料拼配取长补短, 口感丰富有层次感、成本降低。

## **九, 后月红茶业公司的历史以及展望**

### **1. 后月, 为众筹而生**

雪藏多年, 甘于寂寞, 为众筹茶而生, 也只做众筹茶及茶产业衍生产品, 这就是后月品牌的使命。

从众, 从这个时代的大潮; 筹谋, 筹资金、筹思路、筹认同众筹茶之路的朋友, 志同道合、共谋一事, 是为后月众筹茶的理念。

后月唯有专注, 专注于众筹茶, 专注于高品质茶, 专注于消费者关心的健康茶, 才能脱颖而出、后来居上。

定位清晰、目标明确, 团队高效合作, 务实、有效推广产品, 尽最大的付出, 将诸多不可能变成可能, 将涓涓细流汇聚成后月之河, 浩浩汤汤, 奔向未来。

### **2. 后月的发展历程**

2015 年的一次机缘, 旅行之中想法的萌发, 获得众多茶界朋友的支持, 在没有产品, 甚至都没有茶样的前提下, 仅凭口碑与信任, 初步想法落纸后, 筹集资金超过 74 万元。无意之中, 开创了中国第一: 中国第一款众筹古树普洱茶创世! 仅 4 个月时间, 这款开创中国第一的产品(易武六山饼生茶)即结束, 也获得极大的成功, 尤其是对品质的认可, 惊艳了整个普洱茶界。而后月作为参与众筹品牌, 也初露锋芒。

同年 11 月, 后月第二款众筹古树茶成功众筹, 筹集资金 243.8 万元; 12 月 25 日, 第二款众筹茶正式上市。此次众筹, 后月作为主品牌面向消费者, 也为之后的众筹奠定了品牌基础, 更准确的说, 是后月品牌与众筹茶完全相融, 从此之后, 后月即众筹茶, 众筹茶即后月。

2016 年 3 月, 众筹团队开始在勐海安营扎寨, 直面第一手原料; 6 月, 后月第三款众筹茶古树晒红茶成功众筹, 这也是后月第一款古树晒红茶, 赢得业界高度认可, 带来其他茶企的跟进与模仿, 也为消费者开创了一个新的品类; 11 月, 后月第四款众筹茶古树熟茶成功众筹, 也是后月第一款古树熟茶, 良心制作, 将干



净、健康与熟茶拉得越来越近；12月，后月第五款古树生茶成功众筹，同时第六款古树生茶布朗之巔成功众筹，也是后月第一款高端生茶。

**2017年**从产品到工厂，从委托生产到自己制作，这是后月品牌发展的一次蝶变，意味着更可控的品质、更高的标准、更苛刻的管理。

型，对于消费者，是更干净、卫生的茶品，是更漂亮、完美的饼形。

型，对于后月团队与众筹成员，是一座可以触摸的工厂，可以定位、参观、深入了解，是一个具象的存在，亦是追逐梦想不可或缺的载体，它能支撑后月品牌走得更远、更稳。

### **2017年**

1月12号，公司众筹方案发布；

2月20号，公司众筹款突破300万；

2月25号，勐海筹建公司；

3月6号，租下初制所；

3月7号，初制所整改；

3月20号，初制所开始做茶；

3月23日，公司众筹突破400万；

3月31号，云南后月红茶业有限公司正式成立；

4月30号，后月红初制所晒红生产量超过10吨；

5月9号，后月红第一届股东大会在勐海召开；

5月18号，公司众筹500万；

5月31号，后月红初制所晒红生产量超过20吨；

8月21日，后月第七款众筹茶——第二款古树晒红茶成功众筹；

9月，后月晒红月饼茶发售。

11月，后月第八款众筹茶——勐海古韵成功众筹，并大卖，众筹小饼是当年的网红茶，获得茶友一致好评。

### **2018年**

2018年3月，后月开启守采老班章古树纯料项目，4月底顺利完成；

2018年6月，后月第九款众筹茶——南糯之巔古树熟茶顺利完成众筹；

2018年7月，后月启动守采曼松小树茶项目，2019年4月底顺利完成；

2018年9月，后月第十款众筹茶——勐海古雅古树白茶顺利完成众筹。

.....

### **3. 后月对未来的展望和计划**

后月的动力包括经验丰富的团队成员、不断加入的众筹成员与优质的经销商团队，以及更多元的销售渠道、更务实的推广方式。

后月坚信规则的力量，保证每一位众筹成员（股东）的合理利益；这份坚信，与保障后月消费者合法权益一样，坚如磐石。

我们期待：不远的将来，有华人之处，即能看到后月的身影、闻到后月的茶香。

我们期待：您的加入，共享众筹之优势，共享后月之魅力！

我们的后月，就是您的后月；我们的利益，就是您的利益！  
宽广未来，只等您来！  
后月，开创无限可能！