

真龙天子茶品牌:开创共赢中国酒茶渠道先行者

■ 本刊主编 王晓

编者按

名烟名酒店作为白酒营销渠道中四大渠道之一,是除酒店、商超、批发以外崛起的一种终端零售渠道。相当于酒店和超市,名烟名酒店具有加价低和便利的双重优势。但因为同业无序的竞争导致“乱价、忠诚度低”等现象。随着名酒的挤压、区域名酒取代的下沉、大型连锁店规模效应、互联网渠道的冲击,名烟名酒店将如何生存?那就是提高赢利点,提高赢利点可以解决以下四点:第一,如何提高人流量?第二,如何提高购买率?第三,如何增加购买率?第四,至关重要,增加赢利点,如何以自己的特点用“杠杆”原理撬动市场和消费者?

真龙天子茶品牌惊艳亮相,精准定位茶酒融合、为烟酒渠道终端商增加赢利点的造血功能商业模式,也正是解决酒水渠道的行业痛点!



● 王庆,1978年出生,1999年参加工作,中共党员。皇家国际控股有限公司董事会主席,福建省安溪皇家茶业有限公司董事长,李光地文化茶连锁品牌原创者,开创共赢酒茶渠道真龙天子茶品牌先行者。



曾几何时“名烟名酒店”这个词在商业领域中兴起已无从考证,但作为烟酒的终端销售是为消费者近距离解决的捷径,因为大多数名烟名酒店都分布有人流集中地区,购买十分方便,满足了消费者对中高端产品的需求且价格相对有优势,作为烟酒的主要销售渠道,名烟名酒店的存在意义重大,纵观整个行业,名烟名酒店经营模式分为以下几种:

第一种资源盈利模式:这种名烟名酒店开创时是基于在当地具备一些人脉资源,从而奠定了相对稳定的团购客户资源,因特殊的人脉资源整合市场,这种依靠人脉将社会资源整合占整个名烟名酒店市场25%以上份额,它不仅具有极强的生存能力,同时具备独特的代表性。

第二种以点带面盈利模式:纵观整个名烟名酒店很多店窗口展示是烟,以烟草销售为主,聚集固定人脉然后带动酒类产品销售,因为烟草销售乃专卖特权,特批受到数量限制的香烟进行销售以实现盈利,丰富品类,这一现象占整个名烟名酒店市场20%左右。

第三种区位优势盈利:李嘉诚曾经说过一句针对传统经营的经典名言:位置、位置还是位置。依靠优势门店区位优势来获得市场利润,其典型特征是位置特殊,一般大型宾馆、餐饮或交通便利人口流动大的集中场所。解决消费者便利之需和及时之需。这一现象占名烟名酒店市场份额15%左右,但随着三公费用的限制和自带酒水的盛行出现下滑趋势。

第四种连锁营销模式:模式即效应,由于名烟名酒店每个市场数量多,经营差异小、多数没有自主代理的品牌,所以依靠投资资本建立小型连锁,树立自己的品牌形象,比如位置在飞机场、大型人口集中场所、居住集中人口,形成了连锁反应,让消费者对连锁有一个品牌认知,形成了品牌效应,这一市场现象占整个名烟名酒店市场30%左右。

纵观以上几点名烟名酒店经营模式,市场上依然处于供大于求的局面。

名烟名酒店多年来靠自己的诚信和勤劳赢得了在自己“一亩三分地”上消费者的认知而获取利润,但随着市场竞争的激烈,优胜劣汰,如何改变艰难的局面而走出困境?

“酒有茅台,茶有真龙天子”,自古酒茶本是一家,在跨界融合的大时代,“真龙天子”精准定位酒水终端卖场设立品牌茶专柜,“真龙天子”品牌先行开创茶酒融合的系统化商业赢利模式,一款不

用放冰箱储存的茶,撬动中高商务茶和礼品茶细分市场财富。

当前,中国茶产业呈创新谋变,快速发展新态势,中国白酒行业调整也进入新阶段,利用各自品牌、产品、渠道、文化进行全面跨界融合,成为市场新趋势、新风口,因几年前国家相继出台“禁酒令”,“醉驾”同时也被列入刑法,故当今中国白酒行业市

场疲软,要突破市场销售量是白酒行业的当下新课题,更需要一股新的力量注入白酒行业,来提升行业的销售量,故茶酒融合是提升酒业销售模式之一。如今已进入一个跨界融合的大时代,这个时代给了我们很多可以想象的空间,跨界融合、跨界创新成为这个时代的特征,茶与酒两个传统的行业也正接受着一个不一样的跨界融合的时代,这个时代让每一个有想法的人都充满机会,当然也不是每一个茶企酒企在一起或随便起个名字换个包装就能成功的,关键在于你只是简单的把茶酒装在一起或做成个新的包装,还是与酒的“身”、“心”、“灵”融为一体的。

茶是中国走向世界的传统名片,中国是世界级茶叶大国,同时也是中国重要的产值来源和庞大农民主群体赖以生存的支柱。目前茶行业已形成完整的产业链,从上游的茶叶种植到中游的茶叶加工生产,再到下游茶叶各种渠道销售,最后延伸到市场。多年来福建省安溪皇家茶业有限公司整合上下游资源,注重技术创新,提高茶叶种植生产质量,开拓全方面销售渠道,形成全产业链模式,而这次真龙天子品牌在茶叶界惊艳亮相,一道亮丽风景。

真龙天子茶品牌战略

以“烟有中华、酒有茅台、茶有真龙天子”为诉求,先以西南市场为龙头,后逐步开发全国及全球市场的战略方针。

“真龙天子”茶定位于中国茶行业具有至尊茶礼的品牌地位,面向中高端消费属性,让购买和消

费“真龙天子”茶的客户倍感身份与面子,具有特殊性的文化属性。

“真龙天子”实行县(区)总经销制,在全国各省会城市设立品牌运营中心,以县(区)为单位统一招商。以四川省为例,四川省有183个县(区),计划招揽150个县(区)总经销商,每个县(区)年平均销售“真龙天子”上百万元,全省年销售可达数亿元,现金流大,利润高,实现真正的现金流为王。

“真龙天子”主营烟酒渠道,在烟酒零售终端设立“真龙天子”品牌专柜、专厅。据不完全统计,全国有几万家烟酒零售终端店,四川省内就有上百万家,“真龙天子”无需自建渠道,只需整合现有烟酒零售终端店的资源,做好其中百分之一的网点,全国就能打造品牌专柜几十万家,四川省

内就能做到专柜上万家,年销售可达数亿元,实现真正的渠道为王,造血功能强大,就实现最终的现金流为王。

真龙天子茶破局酒行业

1. 酒利润低,“真龙天子茶”利润高;

2. 酒行业投资成本高,“真龙天子茶”投资低,

投资一家名烟名酒店约需要几十万不等,而“真龙

天子茶”只需要投资一万元左右开专柜,烟酒店就

能升级为烟酒茶店,利用现有的场地及客户资源,

销售“真龙天子茶”就能给你带来更多的利润;

3. 酒行业压货大,“真龙天子茶”压货少;

4. 酒行业欠账多,“真龙天子茶”无欠账;

5. 酒行业不是健康产业,“真龙天子茶”是健康产

业;

6. 酒行业风险大,“真龙天子茶”事业接近零风

险;

7. 酒行业不适合国情(禁酒令),“真龙天子”茶顺

应国情民意;

8. 酒行业竞争白热化,市场上上万个酒品牌琳

琅满目,应接不暇,“真龙天子”茶在此渠道目前无

竞争对手;

总之,“真龙天子”事业的优势就是解决了酒

行业的痛点,能让商家高盈利并有充裕的现金流。

真龙天子茶品牌十大共赢

“真龙天子茶”立足于烟酒终端零售店的专柜

专门销售,所以商业模式为能实现低投入、高利润、

接近零风险,形成一条完整的现金流和商业系统闭环。详情如下:

酒品牌总代理商为什么要成为“真龙天子茶”的县(区)总经销商?

1. 高利润:“真龙天子茶”利润是名酒利润的多

倍;

2. 低成本:“真龙天子茶”投资成本低,资金回笼快,县(区)经销商仅需垫支“真龙天子茶”首批货

款一段时间,通过整合资源、客户二次开发,集中发

展一批“真龙天子茶”终端零售商,短时间内就可以

超额回收货款,有利润及现金流;

3. 接近零风险:“真龙天子茶”事业接近零风

险,因可以回购零售商首批滞销产品(注:详情咨询

真龙天子茶招商部);

真龙天子

名烟名酒店如何破局?

名烟名酒店赢在行动

1. 进价高;缺乏核心产品,形成有销无利、有利无销局面

5. 客户少;缺乏客情管控,无数据造成购买频次少

6. 竞争激烈;缺乏远景规划随行就市造成客户流失

真龙天子茶品牌破局名烟名酒店

1. 真龙天子茶品牌让名烟名酒店利润最大化

2. 真龙天子茶品牌投资少见效快,利润看得见

3. 真龙天子茶品牌打破名烟名酒店赊欠欠账现象

4. 真龙天子茶品牌让名烟名酒店升级为“烟酒店”形象店

5. 真龙天子茶品牌助力健康产业前景广阔

6. 真龙天子茶品牌解决了名烟名酒店投资风险

7. 真龙天子茶品牌在名烟名酒店开创渠道无竞争对手

销售先河

8. 真龙天子茶品牌统一营销模式,便于快捷操作

9. 真龙天子茶品牌标准化管理让快捷让客户回流

10. 真龙天子茶品牌颠覆传统重新定义名烟名酒店新未来

名烟名酒店的未来

真龙天子品牌

助推

名烟名酒店走进下一个春天里……