

龙舞悠韵 华美的转身

□ 任志博

“桂林山水甲天下”只这一句绝唱,就使桂林的美景扬名天下,彻彻底底成为广西的一张城市名片。最近,随着广西西北部湾开放开发国家发展战略的加快实施、中国—东盟自由贸易区正式建成,广西正成为海内外客商竞相投资的热土。其实,在经济和美丽的风景之外,这里还有中国烟草阵营中一个独具魅力的真龙品牌。真龙,这些年也已成为了广西的一张名片。并且随着“卷烟上水平”的持续推进,紧跟行业改革步伐的真龙品牌已做出积极调整,犹如华尔兹舞中一个华美的转身,和着改革的舞曲,走向品牌发展的又一新高度。

瞻大局

**企业战略调整
真龙舞出新篇章**

时至2010年下半年,回顾过去这半年多以来的行业大事,我们可以深刻体会到行业改革已经进入到一个新阶段。在“卷烟上水平”的基本方针和战略任务的指导下,行业进入了改革的加速期,对企业及品牌发展提出了更高的要求,必须将自身发展统一到行业改革和发展的层面,在充分理解政策导向和行业改革思路的前提下,对自身发展战略规划进行调整。这也是各个企业正在抓紧编制的“十二五”规划的主旨所在。

广西中烟经历过2009年的发展过渡期,实现了经济的平稳较快发展,与广西烟草商业企业携手提前一年实现了广西烟草“百亿税利”目标。进入2010年,公司党组深刻认识到经济发展环境、行业政策调整以及市场竞争环境变化对公司下一步发展带来的紧迫性。因此,公司在充分

调研、深入分析的基础上,立足行业改革及企业发展实际,科学编制了“十二五”发展规划,对公司及品牌发展做出战略性调整:将品牌发展战略由“做大做强真龙”调整为“做精做强真龙”。在自身资源有限,无法与强势品牌全面竞争的情况下,不如握紧拳头、重点突破。确立了“水不在深,有龙则灵”的企业定位,确定了“两个积极推进”为企业发展重心,坚持两条腿走路,在积极推进对外合作的同时,更加注重真龙品牌的发展。与此同时,转变经济发展方式的任务也要求真龙必须以结构提升、产品附加值提高为主的内涵式发展道路。

事实上,经过战略调整后,真龙品牌的规格布局基本调整到位,包装设计风格得到理顺,主要产品改造基本完成,尤其是真龙的一类卷烟实现了快速增长,保持着良好的发展势头。依靠出色的高端产品,真龙即将舞出新的篇章。

抓定位

**品牌发展新思路
真龙剑指高端**

走以提升产品结构、提高产品附加值、打造品牌核心竞争力为主的内涵式发展道路,是现阶段行业发展中转变经济发展方式的要求,也是“卷烟上水平”的内涵所在,微观层面则更是应对新形势下市场竞争的必然要求。“532”、“461”的提出以及相关配套政策措施和实施规划的逐步制定、出台,已经预示着中国烟草大品牌时代的来临。但与此同时,国家局也一直强调鼓励异军突起,支持差异化、特色化品牌的发展。切合自

身实际,真龙品牌确立了在新形势下将自身打造为“特色化、差异化”代表品牌的发展思路,而高端烟的精心打造正是整个思路的一个“重拳”,真龙一类烟产品承载了真龙品牌效益提升、特色化、差异化发展以及品牌形象提升和完善的重要职责。

在真龙的产品阵营中,15元以上高、中档产品在规格数量占了很大的比重,其中50元以上的高端规格就达5款。经过战略调整后,真龙品牌理顺了产品规格布局,也更加坚定了高端产品的运作思路。公司集合优质资源对原有主力高端产品进行升级改造,同时下大力进行高端新品的研发和设计。在产品研发过程中,公司牢牢把握中式卷烟发展方向,坚持以市场为导向,大胆创新,研究和应用中草药烟用添加剂、生物薄片、微生物制剂、功能型滤嘴棒等多项新技术,成功打造出真龙(盛世)、真龙(海韵)、真龙(神韵)等高端产品,在烤烟型高香低害的技术上获得了新的突破。

依托行业级技术中心,真龙针对高端系列产品在配方研究、商标设计、工艺制造、烟叶原料的品质要求等关键环节应用创新工艺,较好地运用了当今卷烟技术的各种综合技术和先进的降焦技术,形成了真龙独具特色的风格,逐步支撑起真龙对“清柔香”特色风格的打造和丰富。

在精准营销和差异化的市场战略下,在“更加尊重市场、更加尊重消费者、更加尊重经销商”的营销工作思路下,再结合丰富的针对高端产品的主题营销活动,高端起舞的真龙产品收到了很好的市场效果,高端品牌形象得到了极大的丰富和提升。

赢市场

**创意产品形象
“清柔香”悠韵相传**

技艺精湛的舞者,还要有光彩夺目的服装来配合。一个华美的转身,征服观众的还有那空中炫动着光彩的衣衫。出色的包装设计,也正是真龙高端产品的一大亮点,通过消费者的视觉感官印象,最直接地舞入消费者的内心,赢得第一印象的接纳。

从真龙(盛世)、真龙(海韵)、真龙(佳韵)包装设计风格来看,我们可以真切体会到真龙品牌在产品设计中既坚持已有成熟设计风格的延续,同时又敢于进行大胆的创新,犹如踏着熟练的舞步,随着舞曲旋律舞至高潮,随性而舞,也为经典。这种创新尤其体现在真龙(佳韵)这款产品的设计当中。当前,年轻消费群体对消费潮流的引领作用日益增强,时尚消费的需求在卷烟消费中的比重也逐渐提升。根据这样的市场趋势,真龙(佳韵)的设计就定位于年轻时尚的消费群体,在设计和研发过程中充分切合时尚消费的需求,进行了大胆的创新,对品牌商标进行了重新设计,由原有品牌体系所要表达出的龙之传统的“富贵”和“霸气”转变为针对年轻消费群体所追求的“时尚”、“内敛”的生活态度的表达,从而设计出华丽的“小龙”LOGO,在古朴和现代中找到了完美的平衡。差异化的定位,极大地激发和释放了设计人员的创意灵感。真龙(佳韵)采用丝印凸油和满版凹凸工艺,使包装呈现出强烈的皮革质感,加上精细纹路、层次凹凸的正龙图标,仿如精美的皮具。内敛的奢华感官体验,能够使消费者在举手投足之间投射出优

雅的风度,个性、高贵的时尚气息!从市场反馈来看,真龙(佳韵)这个华美的转身确实赢得了目标消费群体很好的接纳,区内销售火热。

技术创新,是真龙高端产品的内在竞争优势。独特的调香工艺、先进的降焦技术等的应用,形成了真龙的独特风格——“高香低害”,这也一直是真龙品牌聚力打造的产品风格特征。广西中烟工业公司拥有行业级的技术中心和国家级博士后工作站,有一系列先进科研成果,再加之广西区内拥有广泛的中草药资源的天然优势,这些资源优势在真龙高端产品中得到很好的体现和深度应用。

首先要提的就是真龙品牌的高端旗舰产品——真龙(盛世)。产品采用广西中烟国家级博士后工作站研制的国家专利产品——中草药烟用添加剂,利用特有的天然药用植物罗汉果、茉莉花、绿茶和甘草等多味中药实现减害目标;添加具有自主知识产权的生物薄片技术,在有效降低卷烟的焦油含量同时提高吸食安全性;在烟草发酵过程中添加了微生物制剂,在其自身代谢过程中通过生物酶对烟叶的催化作用,可提升原料品质,增加香气饱满度。通过以上的技术特点,成功实现了减害、降焦、提香的目的。“盛世”是限量定制和投放的,每年严格控量,区内全部限点、限量投放,充分体现了尊崇和高贵。

真龙(海韵)是广西中烟一款推出较早,市场基础较为扎实的成熟高端产品。真龙(海韵)在专门为高档真龙卷烟量身定做的“真龙专线”生产,集艺术设计、生物技术、微分子技术、综合降焦技术于一身的高科技产品。作为国内第一支采用微分子胶囊活性炭、生物活性过滤嘴的设计卷烟,独具“三重净化”功能,有害成

分降低30%以上,对于这款自带“烟嘴”的高档卷烟,消费者有着极大的认可度。今年以来,真龙(海韵)的产销呈井喷态势,销量同比增长90%以上,多年的坚守,终得正果,成为高端真龙名符其实的当家产品。

“清柔香”是广西中烟根据真龙品牌传统的产品品质和风格,结合当今消费者对“柔”、“顺”、“纯”的品质追求,而新近提出的品牌风格定位。“清柔香”在真龙(佳韵)的设计中已得到了体现。“佳韵”在吸味风格上不同于以往真龙高端产品,吸味取向醇和而又不失本香。因为该款产品采用纯烟叶制丝,精选津巴布韦烟叶和云南烟叶,经过上百次试验,科学配伍而成,并且不掺配梗丝、膨胀丝和薄片,以此达到了烟气的清雅、醇和。根据产品定位及目标市场消费特点,该款产品目前只在浙江杭州,云南德宏、丽江和西双版纳进行试点投放,收到了非常好的市场效果,下半年订货会后开始向区外市场正式投放。

高端真龙自年初以来一直处于高开稳走的良好销售态势,这也是企业市场营销人员三年来致力于“精准营销”市场推广的结果;尤其下半年,市场营销部积极“转变工作方式、创新营销模式”,推行“品类分众营销”,进一步加强对高端目标消费者的引导,开展一系列创新性的营销宣传活动,这些积极的营销方式成为了高端真龙销售的内在推手,不断推动高端真龙销量再创佳绩。

在全国改革的大形势下,经过清晰的战略调整,要做区域化、差异化、特色化品牌的真龙,漫舞高端,正将龙之“韵”律不断延伸,直至悠远,缔造传统与时尚完美结合的经典之作。

