

公弄茶业新零售模式探究

陈承琦,唐小波,赵正娇

(浙江财经大学东方学院工商管理学院,浙江 海宁 314408)

摘要:随着时代的进步和科技的发展,传统的云南普洱茶行业面临全新的考验。公弄普洱茶业有限公司是国内一家专业生产普洱茶特色产品的传统茶叶源头企业,它正面临着市场竞争激烈、品牌增长乏力以及传统零售方式陈旧等困境。本文采用SWOT分析法,探讨了公弄茶业开展新零售模式的机会、威胁、优势和劣势。在分析得出现存问题的基础上,提出公司如何开展新零售营销模式的策略建议,帮助企业实现更好的发展。

关键词:新零售;云南公弄;普洱茶;营销模式

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2021.04.000

1 引言

茶是中国文化的载体,饮茶更是中国人日常生活中极其重要的生活方式之一。随着互联网的兴起,传统的购茶、品茶方式已无法满足人们日益增长的茶品市场需求,传统的云南普洱茶行业更是面临全新的考验。新零售作为一种零售新体验,通过互联网科技让消费者享受更加便捷的服务与创新体验,是当下主流经济中的一种趋势。新零售具有全渠道+去库存、数字化+智能化以及新型店铺等特点,是一种以消费者体验感受为核心的大规模数据驱动的综合性广泛零售模式。它强调了线上服务、线下体验与现代化物流的深度整合,同时注重以产品为中心,通过新技术、新玩法不断提升用户体验和运营的效率。

2 公弄茶业简介

云南公弄茶业以生产、销售公弄牌普洱茶而著名,公司位于世界大叶种茶之乡的勐库镇公弄村,那里世代居住着布朗族人,而布朗族又有“世界茶祖”之称。目前,公弄茶业整体营销模式比较陈旧,加上云南普洱茶行业竞争态势日益加剧,同时传统的实体店运作模式也突显出了各方面费用大幅增加所带来的成本上升等问题。因此,公司仅仅依托于传统模式的业务拓展只会带来更大的投资风险。相比之下,公弄茶业公司可以利用新零售模式整合自身资源向消费者传递信息、挖掘客户、建设品牌形象等方式,有效破解传统经营模式给企业造成的发展瓶颈问题。

3 公弄茶业开展新零售的SWOT分析

3.1 优势分析(S)

第一,优质的普洱茶产品。公司拥有1500亩自用茶园种植基地,茶厂总面积达2000平方米。公弄茶业公司茶园基地均分布在核心产区的高海拔山中,是普洱茶的生长天堂。采摘的原料直接在当地工厂加工,茶源新鲜,能够保证公司进行充分的优质原料供应。此外,公弄茶业公司拥有优质的员工资源,聘请了行业老师傅加盟。第二,线下丰富的管理经验。公弄茶业公司在传统商务模式中具有较好的声誉和品牌的认知度,在运营中积累了多年的线下中高端普洱茶管理经验。新零售商务与传统商务的相似性及茶叶细分市场融合的趋势,使公弄茶业公司的线下优势比较容易拓展至线上。第三,线下良好的客户资源。云南普洱茶公司具有稳定的客户资源和扎实的消费客户群基础,经过了多年的积累发展,公司创造了丰富的个性化产品,包括布朗古树红茶制作方法成功申请了非物质文化遗产。公司还对客户进行产品私人定制,以更好地了解客户的需求点。

3.2 劣势分析(W)

首先,物流系统尚未健全。新零售的发展需要一个完整的物流体系来支撑,这也是新零售与传统零售的一大区别。优质、快速和便捷的物流配送是新零售营销的一个重要手段,也是吸引客户的一大

重要因素。公弄茶业大多以传统的店面零售、实地销售为主。开展新零售模式的首要问题是尚未与符合公司产品定位的物流企业建立互惠的合作关系。其次,缺乏新零售营销团队。对于企业发展而言,组织结构是为了实现组织的目标。新零售营销团队长期看来是为了实现企业开展新零售的组织战略目标。短期来看是为了奠定打造业务流程和执行效率的基础。公司只有组建一支优秀的新零售团队才可以胜任公司开展新零售的任务。再次,缺乏对行业竞争者的深入了解。目前,中国有数千家普洱茶企业,有1000多家普洱茶企业在各种网络购物平台上开店。

3.3 机会分析(O)

其一是普洱茶消费趋势呈大众化。我国茶叶市场消费规模呈不断扩大趋势。就普洱茶而言,其产品本质是属于大众饮品,其次才是其因为时间延续和自然成化所带来的年份价值递增。近年来,随着消费者观念的改变和生活水平的提高,加上普洱茶满足消费升级趋势下消费者对健康、文化方面的追求。普洱茶受到越来越多消费者的青睐,普洱茶行业产销规模呈现持续增长的态势。其二是政府政策支持。茶叶是云南的支柱产业之一,随着普洱茶市场的发展与热度的上升。在大数据时代的背景下,云南政府对普洱茶行业给予大量的政策支持,包括基础设施的建设等,为公弄茶业公司发展新零售提供了良好的条件。

3.4 威胁分析(T)

一方面,行业竞争激烈。许多普洱茶生产企业在开始涉足新零售领域时几乎都面临着与其他同类型企业或者相似产品行业同行的竞争。由于新零售的参与门槛较低,除了一大批根基较雄厚的大牌茶企,还吸引了一大批中小品牌、实体茶叶店主的入驻。目前,在茶叶新零售领域中的竞争激烈程度与其他传统普洱茶模式相比有过之而无不及。绝大多数传统的普洱茶企业已经实施了线上普洱茶的电子商务,通过各类电子商务平台来销售自己的产品,将传统市场的竞争扩展到了电子商务领域。一些茶农或农业合作社,也纷纷借助电子商务这个大平台,利用普洱茶原产地货源优势,在淘宝等大型购物平台开设普洱茶店铺销售各种茶叶。除此之外,还有一些专门只在线上销售的普洱茶企业品牌,这些品牌在线上领域已具备一定的基础,积累了众多线上客户。另一方面,假冒产品充斥市场。普洱茶行业至今仍然缺少质量认证体系,缺乏科学普及;一些生产不规范、工艺不合格的三无产品,因为虚假的炒作,反而在线上销售得如火如荼!诸如此类的不良竞争严重阻碍了普洱茶业的发展。

4 开展新零售模式存在的问题

(1)营销渠道单一。传统的分销渠道的密集程度是很低的,渠道上各成员是独立的个体,各自为阵、互不干涉,各渠道成员的交易基础需要符合自身利益。公弄茶业公司虽然具有自己的独立性,但由

于缺乏共同目标,从而影响了局部与整体运行的效率和经营的效益。

(2)人员队伍建设问题。公弄茶业公司属于一家正在发展成长的中小企业。其核心竞争力来自于茶叶原产地的专业性。然而,现阶段公弄茶业公司内部的组织结构比较简单,公司总部地处云南昆明比较落后的西南部地区,造成专业性人才流动性大,数量少,使得公弄茶业公司的人员队伍组建陷入困境。

(3)新零售基础建设的缺位。目前能够真正把线上线下零售完美结合的企业少之又少,一大原因是基础建设的缺失。近年来许多普洱茶企在电子商务行业迅速崛起,开始利用线上渠道,吸引客户和定位客户的需求,以此来树立自己的品牌形象。公弄茶业公司主要依靠传统的线下营销模式,如果在基础建设上落后于其他茶企,那公司以后更无竞争力可言。

(4)缺乏线上渠道的推广经验。公弄茶业公司在线下具有稳定的客户群体,但是缺乏线上渠道的推广引流经验。所以公弄茶业公司需要考虑如何拓展线上销售渠道,如何通过线上推广来提高茶叶品牌的建设。

5 开展新零售模式的策略

新零售是通过运用互联网大数据、人工智能等先进信息技术手段并充分运用销售心理学知识的理论知识,对各类零售商品的研发生产、流通与销售整个全过程进行升级改造和优化,对线上零售服务、线下用户体验以及现代化物流进行深度优化整合的一种零售新模式。公弄茶业有限公司为了解决现存的问题,开发出四个阶段的新零售模式营销策略。

5.1 选品阶段

(1)规格覆盖。公弄茶业公司经营模式一直以传统的实体店零售为主。顾客只有进店才能体验到产品,详细了解产品的信息。因此,公司在选品阶段在线下开发了3家批发零售实体店、一家普洱茶体验店、线上添加了公弄普洱茶微商城、企业淘宝店。顾客可以根据自身的购物需求选择购物的方式。这种选品方式能弥补仅线下单一渠道的不足。消费者可以自行了解各类商品的详细情况并自主采购。顾客无论是在线上还是在线下接触产品,他们都可以通过这两种形式进行转化,促成复购。普洱茶零售行业不再局限于单一的线上或者线下场景,而是借助数字化能力能够在线上线下全场景、全时段为消费者提高全需求的升级体验,这样才能抓住增长机会,赢得持续的胜利。

(2)市场调研、舆情数据。这个主要针对公司普洱茶新品的挖掘,通过外部舆情分析获得普洱茶市场最新变化趋势,结合竞争对手情况对新品选择适当的营销策略。在此基础上明确选品过程中的具体分工,主要包括采购部分负责寻找供货商、市场部门负责需求产品调研、产品部门分析、开发优质产品等。

5.2 专业团队培养阶段

把新零售专业知识当作当前公司团队工作的出发点和落脚点,以战略发展方向、转型发展需求引领人才工作方向。既要谋划长远,立足于公司员工的专业素养的整体提升,又要立足当前,抓住矛盾最突出、需求最急迫、成效最明显的问题,以点带面、重点突破、分步推进。通过培训、交流等形式,最大限度地挖掘团队人才的潜力,围绕公司发展新零售的转型升级、创新发展的重点项目,通过市场化方式,在零售及网络运营等领域引进高端紧缺人才,实现引领发展。

5.3 基础设施建设阶段

(1)支付+新零售服务商。在进行商品支付的阶段,公弄茶业公司针对对不同渠道推出线下店面现金支付、刷卡支付、手机快捷支付三种商品支付模式。在用户选择了任意一种支付方式之后,消费

者还可以通过选择现金、银行卡、微商城购物券、支付宝、微信等形式进行付款。这种付款模式的灵活多样化,不但提高了支付的效率,同时也为消费者提供了方便,更加提高了满意度。

(2)优化供应链。公弄茶业有限公司优化供应链主要是解决产品系统输出的问题,主要和线下门店进行合作,对顾客的数据精准收集,在线上存储公司大数据,线下组建实体店联盟,进行轻资产扩张构筑新零售版图。

(3)取货协同化。在商品的取货阶段,公弄茶业公司设定不管消费者选择哪个渠道购买产品,都可以选择门店自提或者快递送货上门的取货方式。对于门店自提来说,为了提高客户的取货体验和提货的速度,公弄茶业公司推出三种类型的提货点:第一种是门店提货点,现有的四个店面都是自提点,这种方式会无形中提高其他店铺的销售额。第二种是支持第三方提货点,这种物流方式主要以客户要求为导向,根据客户的需求配送,来提高运输效率和客户的满意度。对于快递上门而言,首先是快递送货上门,便利顾客为主,其次是根据顾客要求进行灵活送货,可以暂时放在自提柜、菜鸟自提柜和客户指定的地方,或是延后送达,这样方便顾客任何时候都能够收到商品。

5.4 线上推广阶段

(1)网络广告。根据不同的消费群体,可以在不同的网站上做推广,也可以在公司线上直营店铺的首页做广告,吸引消费者。在网店推广爆款,方便来商城购买相似产品的消费者看到,大大提高了产品的曝光率,给店铺带来很高的流量和销量。

(2)软文推广。软文编辑分别站在用户视角、行业视角和媒体视角来有计划地撰写和发布软文,促使每篇普洱茶的软文编辑能够被各种网站转载发布,以达到最好的效果。当然软文的内容要写得让用户看了有收获,标题要吸引网站编辑,这样才能达到最好的宣传效果。

6 结束语

新零售的提出,为普洱茶的商业转型与升级提供了一个全新的思路。公弄普洱茶新零售模式的核心为终端消费者,以大数据的开发和应用为基础,茶叶消费者通过新技术和大数据分析完成信息匹配,享受最优化和精准信息的消费体验,生产商也依据消费者体验数据重构流程。茶叶品牌的推广和零售的创新其实就是集客、留客、锁客系统。公司借助线上平台收集顾客的需求数据,然后通过数据赋能门店,更好地为消费者服务,通过一系列的变革以实现真正意义上的普洱茶新零售。

参考文献

- [1]郭献山.“‘新零售’背景下高职大学生‘轻创业’实践研究”[J].创新创业,2019(36).
- [2]王坤,相峰.“‘新零售’的理论架构与研究范式”[J].中国流通经济,2018(32).
- [3]王先庆,雷韶辉.“新零售环境下人工智能对消费及购物体验的影响研究——基于商业零售变革和人货场体系重构视角”[J].商业经济研究,2018(17).
- [4]赵树梅,徐晓红.“‘新零售’的含义、模式及发展路径”[J].中国流通经济,2017(05).
- [5]郑贵华,李莉莉.“实体零售业转型‘新零售’过程中的问题及对策研究”[J].经济论坛,2017,5.

作者简介:陈承琦,男,浙江杭州人,浙江财经大学东方学院教师;唐小波,男,浙江杭州人,浙江财经大学东方学院教师;赵正娇,云南临沧人,浙江财经大学东方学院市场营销学专业学生。