

花茶营销模式初探

李美婷 谢莲萍 范斯玮 李珊 刘婷 尹佳琪

(新余学院护理与康复学院 江西 新余 338000)

【摘要】随着经济的发展,人们生活水平的提高,保健意识越来越强,人们逐渐重视养生保健,更加喜爱自然淳朴、健康天然的花茶。文章从社会营销的角度,通过对花茶营销模式的创新研究,提出对花茶营销模式的初步探索,推动花茶在健康养生中的积极作用。

【关键词】花茶;营销模式;市场分析

1. 调查对象与方法

本次对花茶营销模式的初步探索以随机问卷调查的方式为主,以新余高校学生为主要调查对象。共发放200份调查问卷,有效收回162份,回收率81%。

2. 问卷分析

2.1 市场前景分析

花茶是集茶味与花香于一体,茶引花香,花增茶味,相得益彰。既保持了浓郁爽口的茶味,又有鲜灵芬芳的花香。随着我国经济的不断发展、人们生活水平的不断提高,人们的消费观念和消费水平也有了很大的转变与提升。在这个契机下,花茶行业也得到了快速发展。花茶不仅有茶的功效,花香也具有好的药理作用,具有排出宿便,调节肠胃循环和美容护肤、美体瘦身、排毒的功用,而收腹为效果最佳,作为美容养颜和健康瘦身的保健类茶,越来越受消费者的青睐,花茶的市场消费量逐年提高,未来其市场规模潜力巨大。

现在越来越多人选择花茶作为日常的饮品,然而却鲜少有人去调查花茶到底有多大的市场前景。事实上,国内的花茶市场十分空缺,专门经营花茶的店面较少,能找到花茶的大部分都是在大型超市某个不显眼的货架上,几乎没有引领时尚的花茶产品,包装粗糙,完全没有按照消费者的需求来制作花茶产品,极其缺乏品牌号召力。即便如此,仍有很多人为了养生养颜去寻找它的踪迹。由此可见,花茶极具市场开发前景。

2.2 花茶营销模式现状分析

由于计划经济思想的束缚,茶叶企业经营者思想观念难以突破原来的框架。现在花茶的销售主要通过网售,超市零售等渠道让消费者自己选择花茶种类,以罐装,袋装,精品装等方式销售。现今花茶市场主要销售模式有:批发模式、经销模式、连锁店模式、直营连锁、特许加盟专卖店、联营制模式、新兴营销模式、超市销售模式、网络模式、茶馆销售模式。而专业的纯花茶店市场上还没有完全开发出来。随着人们生活水平的提高,以及对健康有一定的要求,那种专业性的可根据个人体质和需求的不同给予一定意见的花茶店有很大市场。

2.3 花茶市场消费者分析

我们本次调查的对象中其中有60%的女性,而且女性消费者在花茶中占有主要地位。有50%消费者对花茶的了解不够丰富,甚至有46.88%的消费者根本不了解花茶,只有3.12%的消费者对花茶有足够的了解,由此说明花茶市场有很大的发展空间。消费者对花茶的了解渠道超过50%是靠朋友推荐和广告,所以为了让更多人接受了解花茶,就应该加大花茶品牌的推广。在销售上消费者更注重口感、使用效果和健康时尚,这也符合我们对花茶的营销理念。有制作甜品工艺的店和制作工艺透明化的店会更受消费者。在花茶的种类上综合花茶、果粒混合花茶、单一花茶都深受顾客喜欢。

2.4 花茶市场竞争者分析

此次调查的主要消费对象为大学生。因而主要竞争者为奶茶店和一些零散销售个体。奶茶因为方便,即买即饮且口感佳,不管是在哪里,消费者都可以随时食用,节省消费者的时间,但是一杯奶茶的热量高达550千卡,含糖量也极高,因而越来越多消费者控制性摄入过多奶茶;零散销售的优势在于他们价格低廉且品种多,但是大多消费者对花茶的了解不够因而一家专业性的花茶店更会引起他们的光顾。由于现在人民生活较为富裕,对养生的观念比较重,对花茶的概念更加深刻,对养生的需求也更加迫切,把我们所针对的这个花茶的项目也是以养生为基础的,刚好

符合大多消费者的需求。

3. 营销策略创新

3.1 产品策略

产品组合上推出多种效果的套餐,如清热消火、美容养颜、降脂排毒以及养生套餐等。当购买两份套餐以上我们赠予一份小礼品。

3.2 定价策略

3.2.1 随行就市定价法

提供零售花茶的地方主要有超市,我们会根据超市的定价来调整自己的定价,价格范围和其相差不会太大,在保证我们盈利的条件下我们会适当的价格调整为比超市低价一点来吸引消费者。

3.2.2 尾数定价法

对于推出的花茶套餐,我们将会采取尾数定价法,让消费者产生价格低廉和卖主有认真核算成本的感觉。

3.2.3 招徕定价法

在每周二、周五晚降价出售一、两种商品,来吸引顾客光顾,并吸引他们选购其他正常价格的商品。同时设立一些小游戏,对于挑战成功者可享受88折优惠。

3.3 销售渠道策略

3.3.1 网络营销

我们在微博,微信设立我们的公众号,与大众进行互动,同时可以通过直播、小视频等进行宣传,让更多人知道我们,扩大名声。在微信上,我们会广发朋友圈,当顾客加我们的号后,我们会定时给他们发送一些花茶养生小知识,并及时发布我们店内的信息。

3.3.2 实体店营销

邀请一些人在门店表演以吸引人眼球;在街上发传单拉顾客;推出特色卡片(如卡路里卡片、健康作息时间卡片、各花茶套餐功效卡片、穴位按摩功效卡片)、花茶书签、花茶装饰品等随机赠送;实行会员制度,充值200元赠送50元同时会员可享受95折;团购优惠政策90折。

总论

随着人们生活水平的不断提高,人们对健康养生的重视也有了很大的提升,因而花茶市场将进一步扩大。花茶品种多样,作为饮品花茶不仅没有像奶茶、咖啡、碳酸饮料等饮品带来的不良影响,而且还有许多有益功效。在现有的营销模式上进行创新无疑是将引领一次花茶的时尚潮流。人人知花茶,懂花茶,爱花茶的市场氛围不久定将到来。

参考文献

[1] 杨晨雪,江顺.探索未来花茶市场的走向[J].北京农业, No. 639 (34)

[2] 蔡利娅,邓克尼,周跃斌.我省花茶生产营销现状及发展对策[J].茶叶通讯, 2000 (4)

基金项目: 2019年新余学院大学生创新创业训练项目:“花茶营销模式创新”(DC201902008)。

作者简介:

李美婷,项目负责人,(1998年10月-)女,汉族,江西省九江市,新余学院护理学院,康复治疗学专业学生。

通讯作者:谢莲萍,项目指导老师,(1971年6月-)女,汉族,江西省万载人,新余学院护理学院教师,研究生,教授,生物学专业。