

基于新零售视角下的茶叶营销模式探索

谢光斌

贵州经贸职业技术学院, 中国·贵州 贵阳 550000

【摘要】随着信息时代的来临,互联网已经被应用在了社会各行各业中。近些年来,随着电子商务领域的高速发展,在茶叶市场中,以往传统老旧的茶叶营销模式,已经不能够适应老百姓的实际需求了。如果说茶叶营销模式不从传统的模式中挣脱出来,那么国内的茶叶市场将会遇到非常严重的冲击。新零售时代,在社会发展下应运而生,对于茶叶市场阿狸说,新零售的到来,为其带来了极大的机遇与挑战。本文主要通过阐述基于新零售的视角下,茶叶营销模式的相关探索,以此来推动茶叶市场的进一步发展。

【关键词】新零售;茶叶;营销模式;探索分析

引言

茶叶,无论是在老百姓的日常生活中,还是在社会其他各行各业的发展中,都扮演着很重要的角色。中国,是生产茶叶的主要国家,茶叶也是国民经济的重要组成部分。基于茶叶行业的角度来说,不可否认的是它确实一个朝阳的行业。但是,在如今的发展中,由于受到多方面的影响,茶叶行业还是存在着诸多的问题,特别是营销模式,如果这些存在的问题得不到及时的解决,那么就会对茶叶行业的发展会产生极大的不利影响。所以说,在新零售时代到来后,为茶叶行业找寻适宜的经营模式,是茶叶行业需要重点研究探索的问题。

1 茶叶行业传统营销模式的弊端

新零售,这个名词实际上就是指依赖先进的技术,对商品的生产、销售、流通、营销等各个过程进行相应的升级、改造,并且同时对商品的线上出售等服务、线下的体验、物流系统进行完整的融和。在新零售视角下的茶叶行业,如今迎来了很大的额机遇与挑战。茶叶行业的销售,是现如今很多城市的经济产业支柱之一,特别是在东南沿海地区,在目前的茶叶行业发展中,其营销模式主要分为批发、会员、超市零售、连锁加盟等这几方面,但是随着社会经济的不断发展,传统的这些营销模式,已经不能够适应社会的需求,不能满足老百姓的需求,影响了茶叶行业的进一步发展。茶叶行业传统营销模式,其主要的弊端主要体现在以下几个方面,其一,随着网络技术的普及应用,老百姓的需求逐渐朝着多元化的形式转变,并且其消费能力、消费水平也在相应的不断提高,但是茶叶的传统营销模式,却是不能够满足这种实际需求方面的转变的,当然这也从一定程度上影响了茶叶行业的发展。其二,我国是茶叶生产大国,在茶叶的发展历程中,由于茶叶的库存数量过大,营销模式的滞后,直接导致了茶叶没有有效的时间内及时的出售,这些未出售的茶叶制约了茶叶行业的发展。

2 新零售为茶叶行业带来的优势分析

新零售的出现,对于市场上很多的行业领域来说,都是新的机遇,同样也面临着诸多的挑战。从茶叶行业目前的发展现状来看,新零售的出现,主要为茶叶行业带来了以下几方面的优势,其一,国内茶叶市场的库存量大,很多生产茶叶的省份,每年产茶量大约在几十万吨,如此庞大的产茶量,对于茶叶行业的发展来说,是商机更是困难。新零售时代的到来,能够缓解茶叶储存量过大的现状,促进茶叶行业的不断发展;其二,新零售的出现,还直接将现下可有可无的实际需求,转变为实际意义上的消费。在新零售的影响下,消费者是不需要走出家门,去线下的店铺进行茶叶选购的,只需要在线上便可以完成选择采购,如此便捷的操作,能够刺激老百姓的消费欲望,进而促进整个茶叶行业的不断发展。

3 构建茶叶营销新模式的措施探讨

3.1 基于消费者实际需求,建立品牌化营销模式

茶叶,是中国人日常生活工作离不开的主要饮品,现如今,茶叶的受众群体逐渐向年轻人转变,由于不同层级、不同消费者的消费理念不同,所以对茶叶的实际需求也就是不同的。例如说,年轻群体可能更注重茶叶的品味,消费的场景自然比较偏爱格调性较强的场所,中老年群体可能更注重茶叶的品质,消费的场景也会比较偏古老气息。所以说,无论是茶叶的口味,还是对茶叶的认知,都是影响茶叶行业发展趋势的主要因素。那么茶叶生产商自然也可以结合实际的状况,建立品牌化的营销模式,对于年轻群体,可以更加提倡茶叶的性价比,品牌的感受,针对中老年群体,则可以将茶叶的文化等特点展示出来予以营销。

3.2 打造线上平台,发挥物流运输作用

随着消费群体需求的不断变化,茶叶行业要及时、有效的采取合理的措施,来满足消费者的需求。所以说,在新零售的视角下,需要对营销的模式进行改变,将电子商务与茶叶的营销模式结合起来,以线下的实体店铺为基础,在公平、公开的原则上建立线上平台,消费者可以在线下进行茶叶体验,在线上进行选购,线上平台还可以与物流企业结合在一起,将茶叶送货到家,通过这样的营销模式,来强化茶叶的流通效率,解决茶叶出售困难的现状,为茶叶行业的不断发展奠定坚实的基础。

3.3 培养人才综合素质,提升准入门槛

新零售视角下,茶叶行业的发展,还是需要依靠专业的人才团队,在建立新型营销模式的过程中,需要组织培训相关的人才,以此来保证茶叶行业的可持续发展。在茶叶店铺的招聘上,要提升准入门槛,尽可能的选择高学历、高素质的人才,强化管理培训活动,不断丰富员工的知识储备,提升服务质量,促进茶叶行业的创新发展。

4 结束语

新零售的出现,是时代发展的产物。在新零售视角下,茶叶的营销模式迎来了诸多的机遇与挑战,所以说,茶叶行业需要结合新零售的具体特征,不断的探索茶叶的营销模式,促进茶叶行业的进步与发展。

参考文献:

- [1]路艳娜.探析互联网营销模式下的茶叶经营管理[J].福建茶叶,2017,39(06):46-47.
- [2]李妙丽.茶瓦纳项目打水漂 远观中国茶叶零食的运营模式[J].茶世界,2017(08):18-20.

作者简介:

谢光斌(1977.09-),男,彝族,贵州,助理讲师,本科,教师,研究方向:茶文化、茶加工、茶叶市场营销。