

金沙贡茶营销策略分析

贺子颖

西安翻译学院, 中国·陕西 西安 710100

【摘要】随着社会的发展和不断地进步,以及生活质量的提高,越来越多的人开始关注养生,而茶叶作为中式饮品,以其天然、营养价值高、方便、健康的特点受到越来越多人的青睐。金沙贡茶产自贵州省毕节市金沙县,全国农产品地理标志,中国西部贡茶文化的发源地。该茶叶以其口味甘甜、颜色嫩绿而得名。本文就茶叶饮品的发展现状、目前所存在的问题、解决方法、以及如何弘扬茶文化进行论述。

【关键词】保健品; 泡饮; 非物质文化遗产

【项目名称】金沙贡茶营销, 西安翻译学院校级大学生创新创业计划项目, 项目编码: X202012714068。

1 市场现状

随着社会的不断进步与发展,以及生活质量的提高,越来越多的人开始注重养生,而茶叶作为中式饮料叶受到越来越多人的青睐。本项目在了解茶叶的发展状况,发现当今社会茶叶发展局势,发现所存在的问题并解决问题,并能够加以创新,使金沙贡茶能够更突出、更被人们所接受。

2 研究方法

2.1 通过收集文献资料,了解近年来茶叶在中国和世界科研方面所获得的成就

(1) 提供了一批使用技术。从原来的人工种植、培养、采摘,到现在的全方面机械自动化生产,大大的减少了人力,提升生产效率,提高农产品产量,为更好的实现茶文化奠定了坚实基础。(2) 发现茶树敌人——害虫。在茶树植物保护方面,发现了茶树主要害虫的种类和分布,提出了其演变规律,并对此情况采取了良好的保护措施,使茶叶品质有了更好的提升。

2.2 通过生活中的发现,人们对茶叶自身以外的东西兴趣上升

(1) 外包装。由于人类生活条件日益改善,物质生活得到了大幅度提升,从原来的“基础需求”提升到了“内在需求”。人们在挑选茶叶的同时也会看重茶叶外包装的处理,外包装的新颖会大大提升消费者的购买欲望。(2) 价格。在生活中,商品价格对消费者的购买欲望造成了很大的影响。在生意场上,茶叶的价格越高,越能使消费者将其购买以礼物送出。而在普通消费者眼中,物美价廉才是带动他们消费的决定性因素。

3 问题分析

3.1 气候变化

一年中温度和降水的分布是决定种植何种作物的主要因素,温度及由温度引起降水的变化将影响到粮食作物的产量和作物的分布类型,气候的影响会使得生态群落发生巨大的变化。我国是典型的季风气候国家,气候种类多且多变,各地气候差异大。农业对生存环境的条件极为严苛,是对气候条件最为敏感的部门之一。我国是茶叶生产大国,全球变暖可能导致茶叶生产的不稳定性增加,干旱、高温、害虫等问题会大大减少茶叶的生产数量与质量。

3.2 传统文化, 工艺技术的流失

中国是茶的故乡,茶文化在中国源远流长,历经数千年而不衰,誉满全球。茶文化在中国源远流长,历经数千年而不衰,誉满全球。有一句老话说:柴米油盐酱醋茶。中国的茶文化还远传日本,而古时的“丝绸之路”,其中一项很重要的贸易商品是茶叶。可是据报道,中国传统的茶叶手工业和工艺技术在慢慢的走向“消亡”。现在传统的手工业基本上都是老一代人在继承,而新一代青年则对此不感兴趣,这使老一辈制茶人很无奈。传统文化是新产品发明的根基,如果振兴传统手工业,则会增加茶产品的特点,使消费者不光买茶,还使传统手工业得到了很好的延续与发展。

3.3 企业品牌影响力有限, 产业带动性不强

茶企与基他行业一样,都要将“产品、品质、品牌、市场”作为要素同等重视,综合发展,而很多茶企,只是 全力争取政策支持,不 重视以 上要素或只抓一二个要素,甚至不懂得怎么

抓以上要素,将精力全放在争取政策资金支持的项目上,不以市场为导向,单纯为争取政策资金支持为目的,项目建成后效果甚微,有的几乎为零,好大喜功,急功近利,浮夸风甚行,因此企业基础不牢,生命周期短。

4 解决问题方法

4.1 国家建立一些相关政策。1. 政府应加大对农业基础设施和科技服务方面的投入; 2. 进一步加大对农业的各项补贴; 3. 合理调控茶叶进出口,使中国茶产品更好的走向世界; 4. 落实和保障农民的土地权益; 5. 加大力度解决农民工就业问题,增加茶叶供给。

4.2 提升茶叶质量。我们应根据不同的年龄段来采取不同的销售方式。就青年群体而言,现在的新型饮品很多都具有添加剂,会阻碍青少年的身体健康,而金沙贡茶采用纯天然、无污染的生产条件,更利于青年群体购买。就中老年群体而言,贡茶具有降血压、消除癌细胞、扩张冠状动脉和抑菌的作用,适合中老年人购买。

4.3 加大科技的投入。目前我国茶叶种植面积虽然处于世界第一,但是种植与采摘方法大部分都是运用人工化,导致生产效率较为低下,产品质量处于较低水平,市场价格参差不齐。而许多外国种植茶叶都是用机器生产,减少对劳动力的需求,提升茶叶产量,保证茶叶质量,同时平衡了茶叶市场价格。可见,采用科学技术生产茶叶,能够更好的种植出产量与质量相结合的产品。

4.4 增加茶叶的出口量。近年来,随着中国经济不断发展,国际地位有了明显的提升,一带一路更是为中国茶类品牌拓宽海外市场带来机遇。中国茶叶产业链基本形成,我们应在保证产品质量与数量的情况下,将金沙贡茶推向国外市场,提升产品知名度,拓宽销售范围。

4.5 充分利用当地条件。我国茶叶分布面积广泛,不同品种的茶叶需要不同的需求。我们应充分利用当地环境及资源,合理规划茶叶种植范围提升当地现有生产、加工条件,保证产品整体质量,使其具有当地独特味道,从而打造独特品牌,提升销售。

4.6 加大硬广、软广的投入。当今社会互联网日益发达,互联网对产品的销售起着至关重要的作用。金沙贡茶应该通过硬广软广来提升对产品的宣传,使人们耳闻能像,增加产品知名度,拓宽销售市场。

5 结论

金沙贡茶目前知名度较低,独特之处较少,生产技术较为薄弱,销售量没有达到预期。因此,我们首先应提升生产技术,在保证产品质量的基础上发展茶叶的独特性。再通过多个平台来进行产品的推广,从而增加产品知名度,扩大金沙贡茶的销售。

参考文献:

- [1] 伍斌. 茶文化与营销[J]. 广东茶业, 2011(04).
- [2] 余宜. 对于我国现代茶馆的文化营销策略探究[J]. 福建茶叶, 2016(03).

作者简介:

贺子颖, 女, 本科在读, 陕西省西安市人, 西安翻译学院, 工程技术学院, 电子商务专业。