

酒水行业电商新零售带来新一轮销售增长，微三云钟小霞

产品名称	酒水行业电商新零售带来新一轮销售增长，微三云钟小霞
公司名称	东莞市莞带大数据科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋402室
联系电话	13143659518 13143659518

产品详情

小伙伴们好，我就是微三云钟小霞

据零售端规格统计分析，我国酒类零售额每一年达到1.5万亿，这其中又分裂为纯粮酒、葡萄酒和白酒三大市场。

据中国酒业协会公布的2018年销量数据：纯粮酒年消耗量871.20千万升、资产总额1250.5亿人民币；啤酒年消耗量3812.24千万升、资产总额121.85亿人民币；白酒年消耗量62.91千万升、资产总额30.63亿人民币。

电子商务层面，2013年酒类电商交易额达70亿人民币，2018年达到767亿人民币；而通过预测分析，2020年电子商务交易额将提升1000亿人民币。

线下零售店更好地迎合了消费者对于品质高、价格便宜、选择多、派送快等方面交易需求，为消费者提供全方位购物体验。

不但进一步突显门店独有的参与性优点，也可以通过系统研究顾客习惯养成，健全网上大数据系统，从而形成线上线下结合的新生态。

因此酒类电商企业对针对线下推广也更加的高度重视，用意结合线上与线下，产生增长，加快催化反应。

1) 线上渗透率低

尽管我国酒类零售经营规模3C小家电市场差不多大，但3C小家电市场却出现了京东商城、苏宁这种互联

网技术上市企业；而电子商务在酒类行业的占有率迄今但是5%，传统式线下推广方式仍然占据90%之上——这其中以传统夫妻创业占绝大部分。

现阶段酒水行业是最为顶尖游戏玩家为酒仙网和1919，酒仙网2018年成交额（GMV）提升45亿人民币，纯利润8000万余元；1919在2018年营业收入达38.72亿人民币，2019年营业收入达66.2亿——即使是这两大酒类电子商务头部企业，在所有万亿元酒水行业中，市场占有率也才到1个百分点上下。这个我代表着网上销售市场仍然是一片蓝海。

2) 酒水产的特有性

在我们举起酒杯时，你确实是在“饮酒”吗？

你可能会更多的是跟客户建立联系拿到订单信息，跟领导表达感谢和尊敬而求获得照顾，跟同事套近乎之后更加好的做好工作，和好朋友调侃，构建更亲密的关系。

酒类除开消费价值，更重要的一点是——社会发展联接使用价值；特别是占有酒厂绝大多数盈利的纯粮酒、高档酒，在这个社会相连的金字塔尖——商务接待甚至体系在人群中，具有重要的使用价值。

这种中重度消费人群，更多的是以根据2B（企业、企业）的方式去售卖的，这种并不只是线上流程可以代替的。

3) 消费模式的及时性

社会实践活动中有大量餐馆/聚会活动/社交场景，有可能是下班了的一场临时性聚会，一帮好友的忽然来访，都要便捷、丰富多彩、合适的酒类；这不不论是传统电子商务和线下都难以摆脱困境——因此酒类新零售必然需要用到线下推广形成新的使用价值。

4) 酒水市场的需求转变

酒水行业中白酒业占据着整个市场85%的收益，因此酒类新零售的核心玩家基本上集中在白酒业。

消费群体更为年青和多元化，尤其是涵盖了职场上的骨干力量，现阶段，酒水消费主体展现出年轻化发展趋势。

资料显示，2019年我国白酒顾客平均年龄为37岁，而啤酒、白兰地、酒的顾客平均年龄为34岁；伴随着年轻一代兴起，80、90后逐渐变成酒水交易的核心。

这就导致低酒精含量、口味刺激性度低、价廉物美的啤酒，白酒酒、白兰地等更受年青人的热捧。

那么我们该如何坐上这趟“顺风车”呢？

最先我们要构建属于自己网上购物平台，塑造属于自己私域流量池。在当今这个社会，绝大部分的总流量都掌握在流行服务平台之中，大家做自己的网上购物平台若想来获得流量，仅有两个办法。第一个就是“砸钱”购买流量，虽然这个方法在短期内得到极大平台流量，可是这个总流量很难去转换，而且伴随巨大风险性。而构建属于自己私域流量池，传统品牌营销方式，要不请明星代言，要不找渠道做广告，要不找网红带货，不可置否，这种营销方法还是有一定的功效的，能提升品牌知名度，也可以带来一定的销售量。可是此外，那样的营销也是要成本，并且该笔成本费还并不低。可是依靠私域流量池宣

传策划，那就不一样了！不用做广告，店家只需在平台发布新产品的信息内容、营销的数据，客户就能直接接到，不用耗费一切成本费，直接就达到宣传的目的。下面小编就给大家简易分享一个能够快速构建私域流量池的办法。

山东泰山众筹融资模式：

众筹项目是商城系统运用迅速推动客户自身裂变式的一种营销活动。利用客户主动地进行连接人脉关系，朋友互帮互助的方式，以较低的门槛参加并完成项目，与此同时完成平台引流与卖货的目的地。留意他们的关键“卖东西。”大家每一个电子商务模式也只围绕一个事那便是把我们的货卖出来，那为什么要利用这种模式呢？没早期用方式去促进一个好平台的高速发展，那样就会面临一个程度只有花钱去烧，去用更多资产去促进平台发展，即使吸引了充足的消费者，但是当资产退出客户忠诚度不够就会逐渐撤出服务平台。而众筹融资模式最重要的就是吸引消费者，引流方法而且提高使用者间的黏性。

互联网技术诸多工程中，第一个明确提出暴仓再生股票止损的方式，是现阶段时下跑得最稳健商业运营模式游戏玩法，一共分成四个组成；

【优进优出】；区块链//技术，科学合理众筹项目，分布式系统数字货币做账方式，把企业资产数字化，连接公司外部环境网络资源，为企业发展、品牌文化建设带来更多支撑点，用数字经济的方式为企业发展创变，有效解决“脱实入虚”问题。

【四进一出】；有效合规管理，出入均衡，当第四期成功情况下，才能回到第一期的本钱盈利，每一笔上账的前提条件一定是有新一笔进帐，以大账吃小账，出入均衡不会有现金流量不够的状况。

【暴仓再生】；暴仓再生，马上股票止损，目前市面上比较常见的商业运营模式基本上都是“后边人付钱”，山东泰山众筹项目都是第一个明确提出暴仓再生股票止损，再次打开下新一轮，上一轮泡沫塑料不总计，破乳以后再开。

【倍利复增】；公平合理，能量守恒定律，每一期的上涨波动幅度全是上一期众筹项目数额的倍利复增额度，例如；倍利复增20%，当第一期为100，第二期便是120，第三期便是144，公平合理，可持续强。

分析山东泰山众筹融资模式咋玩？

游戏的规则：限时限量交易认缴，每一期认缴时效性为36小时之内，商场未认缴满，即是今天认缴不成功。

参与方式：比较常见的交易1：1得到【区块//链财产】，而且赠予他【积分兑换】

游戏玩法如下所示：

第1期交易众筹项目额度10000元，每个人限购政策100-3000；

第2期交易众筹项目额度13000元，每个人限购政策100-3000；

第3期交易众筹项目额度16900元，每个人限购政策100-3000；

第4期交易众筹项目额度21970元，每个人限购政策100-3000；

...依此类推

当第四期取得成功，则第一期回到广告宣传补助70%可反映，30%积分兑换

暴仓再开：当最后一期未认缴满，系统再开清算，该期全额的退还
好运大红包；最后三期得70%广告宣传补助 100%购物卷 优先选择徽章

山东泰山众筹融资模式优势：

这种模式的优势就是可以防止资金短缺压力，无泡沫塑料、可持续性，在众筹项目不成功退还的买东西币只是只有在平台应用，早期能够为此增加用户粘性 也同时还可以正确引导新的消费者添加这一产品众筹中，为此进行消费者的积极裂变引流的效果。自然购买东西得到买东西币还可以从这当中提升产品销售量处理产品销售量难题，中后期可以根据客户下单的产品种类及其价钱会员专区来调节商城系统的货物，灵便而且好用。

结束语：

如果你也喜欢本具体内容，还记得关注点赞哦！申明：此文只做为案例分析，不会有营销推广

部分内容来源于网络，有侵必删