

“韧性”经销商：覆盖13000+特渠门店，疫情肆虐下再发力社区团购

产品名称	“韧性”经销商：覆盖13000+特渠门店，疫情肆虐下再发力社区团购
公司名称	东莞市数云网络科技有限公司
价格	.00/件
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501室02
联系电话	18002820787 18002820787

产品详情

的主角，上海环娱易购，有些特别。早期是做上游供应链的厂家，自主经营丫霸、爱疯乐、哈利客等数十个自有品牌。

后来生意延展到做渠道，又多了一重身份，专注于做KTV、影院、酒吧等娱乐行业特通渠道的经销商。覆盖了13000多家KTV、影院等特渠门店，与乐事、旺旺、洽洽、久久丫等数十家品牌建立了战略合作关系。

带着供应链的基因，环娱易购是如何做好特通渠道的？

前段时间，新经销有幸与环娱易购创始人张建利先生聊了聊，深度交流了他从供应链到渠道的创业历程

，以及转变过程的路径和方法。非常值得学习和思考，也希望给经销商朋友带来些许启发。

渠道致胜：

从找经销商到做经销商的角色转变

2008年之前，张建利主要是做供应链的生意，经营着哈利客、丫霸等多个自有品牌，实行的经销制，全国有400多个经销商，主要覆盖KTV、影院等娱乐行业这类特通渠道。

从2003年开始，张建利就开始围绕KTV这种类型的特通渠道，做品类延展。从鸭制品、爆米花，到肉制品、坚果、蜜饯、果干等，品类逐渐丰富。

产品丰富之后，需要足够的渠道去销售，但是做KTV这类娱乐渠道的经销商，大多比较弱且比较分散，渠道掌控力不强，无法做好这么多产品的分销。

于是，2008年，张建利在上海试点，砍掉上海的经销商，成立上海领闲食品（环娱易购前身），自己主攻渠道。

KTV渠道与传统渠道不同，产品需求是以酒类和休食为主，通常都是一站式采购。对经销商来说，产品足够全极其重要。

因此，在产品策略上，上海领闲食品以自有经营品牌为基础，还进一步拓展了洋酒、红酒、预调酒等酒类产品，以及代理了乐事、旺旺、洽洽、久久丫等品牌，SKU数过万。

凭借产品足够全的优势，上海领闲食品KTV渠道的拓展速度明显加快，在上海KTV渠道的覆盖率达95%以上。

从2008年零起步，2012年上海领闲食品就做到了7000万的销售额，原来的经销商一年才卖500万，实现了十几倍的增长。

在上海的生意打通之后，张建利又开始思考下一步，如何把模式覆盖到更多的区域。

上海运作的模式，是相对传统的，拜访客户—谈产品—谈价格—谈账期，有的还需要和采购谈返利、回购。

如果按照传统模式去拓展其他市场，很难管理。