

看肆拾玖坊、半藏的酒业商业模式创新，找寻白酒新出路

产品名称	看肆拾玖坊、半藏的酒业商业模式创新，找寻白酒新出路
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
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301室
联系电话	14776427336 14776427336

产品详情

模式要素资源如何整合?

互联网时代营销要素资源组合已打破了传统模式组合方式，它不再按照产业链结构和营销4P要素进行组合，而是以信息流为媒介按照人、货、场三维度重组，如图示意。

资源整合的目标就是建立高效的人、货、场资源流动系统。具体解释如下：

各流高效闭环：消费过程及负载信息在人、货、场间无障碍、高效地闭环流动。无障碍指消费者从入口到完成消费的所有节点顺畅。高效指一次导流将粉丝导入消费场景，一次促销大幅提升客户转化率。闭环指信息从任一节点开始最后回到这一点。

供应链高效匹配：产品满足本地消费需求、环节最短、配送限时到达。满足本地需求指本地经销商向厂家采购本地需要的产品，而非连锁店模式的统采统配。环节最短指工厂向本地商家直接供货，然后商家配送到终端，最后消费者店内自提，无多余中间环节。配送限时指本地商家向终端配货、平台分配订单、客户店内及时提货等流程都设定最短时限，保证服务时效性。

消费场景高效触达：平台信息及产品可达购买到使用的主要场景。购买场景是展示陈列推介物体及信息所营造的氛围，如终端店生动化展示和POP传播。消费场景是大堂及餐桌的饮用环境及氛围，如美酒的社交场，消费者畅饮、赞美、激情场景。将消费者导入上述场景并通过信息传播营造销售氛围，是新零售模式场景价值的体现。

肆拾酒坊：善酿者

肆拾玖坊用了7年的时间，已在全国拥有1500家新零售体验店2500家新零售经销商。

放眼整个白酒行业乃至整个新零售行业，肆拾玖坊的增长速度也是数一数二。

肆拾玖坊以用户体验为核心，围绕“场景+文化”，在人、货、场三个维度进行重构，深度发掘用户需求，引导用户体验，实现品牌与用户的全新连接，成为中国白酒行业的新物种，为行业发展带来全新理念。

用众筹众创方式联合发起的众筹+会员制企业，顺应消费升级大潮流，围绕吃喝玩乐等领域，计划做好酒、好茶、好食、好物等49个产品坊，是具有价值共享、人脉链接、资源兑现等全新功能的商业模式平台。

肆拾玖坊的商业模式非常独特，它采用股权众筹的方式将人们紧密地链接在一起，形成一个跨界大消费事业的生态共同体。这种模式的具体操作如下：

股权众筹：总舵-“坊式众筹”，首先是股权的众筹，每人10万，这49个人都是股东，都拥有公司真正的股权。分舵-“连锁众筹”，这49个总舵主每人至少创办一个分舵，每家分舵有200位股东。堂口，堂口也就是终端门店，众筹：每人1万，一个堂口30个人。

分润机制：这个机制是通过设计不同的分红梯度来实现的。股东的股权分红取决于提货量，设置了三个梯度，按拿货量来设计对应的比例，拿的数量越多，比例就越高。另外，股东拿货有一个内部价，而终端给会员的零售价之间就有一个价差，这个价差就归股东所有。除此之外，还有招商返佣、区域分红、团队业绩分红等方式。

营销模式：肆拾玖坊的营销模式非常独特，它通过“总舵-分舵-堂口”的方式进行众筹，让更多的人成为股东并参与到公司的经营中来。这种方式不仅能够快速扩大公司规模，还能够增加公司的品牌影响力。

新零售系统搭建：为了更好地实现线上线下融合，肆拾玖坊还搭建了一个新零售系统。这个系统包括了商城下单、分润模式实现、门店导航、自动返佣、素材推广、营销功能等模块，能够满足公司各种业务需求。

起盘方式：通过互联网系统快速起盘，搭建新零售系统，帮助企业快速实现商业目标。

半藏：懂放下，喝半藏（仿肆拾玖坊，在细节又走出差异化）

半藏文化发展(深圳)有限公司成立于2020年9月,由原全球500强高管组成的核心团队创立,聚焦大消费领域,跨界酱酒黄金赛道。

一年多时间,半藏·志汇通过酱酒产品,结合新零售新模式弯道超车,实现了:700+分院、6W+精英人群、4亿+订单额。

先进股权链接,是半藏·志汇的组织形式,也是最核心的链接纽带,让组织成员拥有归属感、自驱动、强链接。

新型厂商关系+老品牌复兴

创新是永恒的主题，yongbu会落幕。

创新是推动社会进步和经济发展的第一驱动力。

酱酒行业中的头部企业已经完成了对消费者关于酱酒工艺、品质和产区的教育，使得酱酒获得了“好酒”的光环。

然而，酱酒企业面临着经济周期、疫情的影响以及消费场景的减少所带来的挑战，导致行业内竞争激烈。由于前期粗放式的扩张，酱酒企业出现了一些不良后果，导致市场秩序混乱。

酱酒头部企业由于体量较大，改革之路难以迅速推进，而新兴酱酒企业则看到了行业痛点，利用自身优势进行创新经营，走出了一条以创新为生产力的光明道路。

因此，创新对于酱酒企业来说至关重要，只有不断创新才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。

这其中，公司架构重塑、厂商关系架构重塑、消费场景重塑、线上社群关系建立成为关键点。