

# 半藏酱酒模式为何能吸引众多商会会长、企业家和高管？商业模式设计+软件开发服务+微三云邹锋兴分析

产品名称	半藏酱酒模式为何能吸引众多商会会长、企业家和高管？商业模式设计+软件开发服务+微三云邹锋兴分析
公司名称	微二云网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	深圳市南山区粤海街道海珠社区海德三道199号天利中央商务广场702C11
联系电话	13924376557 13924376557

## 产品详情

半/藏酱酒模式为何能吸引众多商会会长、企业家和高管？

前言：

在中国白酒江湖中，各种品牌犹如群雄逐鹿，各显神通。然而，在这片竞争激烈的红海里，一款名为半/藏酱酒的产品却凭借其独特的“DTC模式”在短短15个月内创造了销售额破6亿元人民币的惊人业绩。那么，这个所谓的“DTC模式”到底有何魔力呢？首先，“DTC模式”的全称为“Direct-to-Consumer Mode”，即直接面对消费者的营销模式。相较于传统的经销商层层分销体系，这种新型模式跳过了中间环节，将产品直接销售给消费者，从而降低了流通成本，让利于消费者的同时也保证了产品的品质与服务。其次，半/藏酱酒之所以能在短时间内取得如此辉煌的成绩，与其精准的目标客群定位密不可分。在这个消费升级的时代，越来越多的年轻人开始追求高品质的生活体验，而半/藏酱酒正是瞄准了这一市场空白点，以年轻人为主要目标群体，通过时尚的设计、优质的口感以及亲民的价格迅速赢得了市场的认可。再次，半/藏酱酒的成功离不开社交媒体时代的口碑传播效应。在传统媒体时代，广告宣传往往需要付出高昂的成本才能触达潜在消费人群；而在社交媒体时代，只要产品质量过硬、性价比高，就能引发网友们的自发性推广，形成病毒式传播效果。显然，半/藏酱酒抓住了这一点，利用互联网平台进行内容运营与用户互动，成功地引发了广大网友的热情分享与推荐。最后，我们不得不提的是半/藏酱酒的品牌故事。一个好的品牌故事不仅能增加产品的附加值，更能打动消费者内心深处的情感需求。关于半/藏酱酒的故事版本众多，其中最为流传的说法是为了纪念一位英勇抗击外敌入侵的民族英雄——陈嘉庚先生。这款酒承载着对历史的敬仰与对家国情怀的寄托，让消费者在品味美酒之余还能感受到浓厚的文化底蕴。

## 半/藏酱酒的“DTC模式”+微三云商业模式设计+软件开发服务+微三云邹锋兴分析

白酒江湖上，争奇斗艳、模式各异的品牌层出不穷。在酱酒领域，除了肆拾玖坊和酣客，又出现了一家以DTC模式为核心的酒企——半/藏酱酒。

半/藏/酒业成立于2020年9月5日，由半藏文化发展（深圳）有限公司管理运营，从企/查查可知，其主营业务是预包装食品、散装食品、预包装食品、茶叶烟、酒的零售。据悉半/藏/酒业的创始团队有20人，都是原全球500强的高管，其中谢苗为半/藏/酒业CEO，同时为半藏志汇总院公司的法人代表。创立之初，半/藏酱酒就依靠这些联想的人脉资源，精准划定了目标消费群体——中产阶层。这些人往往是一些商会会长、企业家、或者公司高管等高净值人群。这一群体不仅消费实力强劲，他们周围也聚集着大量的白酒消费者，可以依托股权链接模式不断吸纳他们发展分院。从目前发展的状态来看，半/藏/酒业确实如同当时的肆拾玖坊一般，在无数中小酱酒品牌为动销焦虑时，半/藏酱酒通过圈层营销，已经实现了入局酱酒市场短短4个月，销售额便破亿，15个月销售额突破6亿。

如今，半/藏酱酒坐拥700多家分院公司，半藏客堂、铁红梁酱酒生活馆遍布全国。

其实半/藏/酒业成立仅三年时，在酱酒领域也只能排在第五梯队，但是创始人却喊出了“5年剑指百亿，图谋千亿市值”的宏大口号。能有这般气概，半/藏酱酒自然应该有自己的底气，或许就是来自其商业模式所展现出来的优势：毕竟入局酱酒市场才短短4个月，销售额就已经破亿，15个月得时间销售额就突破了6亿，同时还成立了700多家分院.....可想而知这样的营销模式还是非常厉害的，自然给足了创始人的底气。

半/藏/酒业背后成功的秘诀，其实就是抓住了私域流量！

私域玩法：社群玩法用这几年的互联网词汇描述叫私域营销。虽然不走传统商超，酒桌之外很少能看到，但随着核心消费者裂变和流量汇聚，现在能见度越来越高，并溢出到达公域。

所有的生意，本质都是流量生意。

### 一、半藏新零售模式拆解：

分院：门槛10万货款，对应代理等级拿货价。

个人股东：门槛1万货款，对应拿货价4折。

股东的股权分红，比如堂口股东，按拿货量来设计对应的比例，拿的数量越多，比例就越高。

### 二、成为股东的权益：

分红权益：股东拿货价、招商收益、补货收益、年终分红、股权收益、活动分红收益等..

线上（会员-代理）商城工具：分润模式实现（价差、分销、区域分红、团队业绩分红等...）、门店导航、素材推广，商学院，营销功能，等....

赋能权益：资源链接、商学院培训、招商扶持、引流扶持、活动动销扶持、宣传扶持等...

三、当个人股东升级分院，上级分院收益？

平级进货奖励，股权奖励。

四、一馆两线落地

半藏分院、线上+线下+体验式营销

重新定义了酱酒，不单单用来喝，还可以用来做有价值的社交；

把消费者变成消费商，把消费商转化为消费型的股东；

卖产品不如圈人和圈渠道，通过股权的结构把消费者和投资者引导众创平台。

结语：

综上所述，半/藏酱酒所采用的“DTC模式”集成了直接面向消费者、精准客群定位、社交口碑传播及情感化品牌故事等多重优势，使其在纷繁复杂的白酒江湖中脱颖而出，取得了令人瞩目的成就。当然，任何一个成功的商业模式都需要不断优化迭代，我们也期待半/藏酱酒能够在未来继续书写新的传奇篇章！

文章资料收集于互联网，小编只是分析模式，不参与任何项目运营，也不收费推广项目，以上分析不构成任何投资建议。大家都很忙，时间精力很宝贵，玩家勿扰、玩家勿扰、玩家勿扰！

如需要完整方案或开发这样的商城系统，欢迎留言留下您的联系方式，或直接电话联系小编！忙时，来电若未能及时接听，可直接加小编微信（手机号同号），说明来自顺企网，了解某模式。即可获得赠送：商业模式免费设计等优惠。

搭建商城、小程序、公众号、APP，区/块/链系统、供应链系统、通证系统、元宇宙电商系统、DAPP开发，超级云APP系统、数字交易所等。