

农夫山泉占有一席之地成功之道源自何方 PDF转换可能丢失  
图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/107/2021\\_2022\\_\\_E5\\_86\\_9C\\_E5\\_A4\\_AB\\_E5\\_B1\\_B1\\_E6\\_c70\\_107555.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/107/2021_2022__E5_86_9C_E5_A4_AB_E5_B1_B1_E6_c70_107555.htm) 国内瓶装饮用水市场竞争激烈，竞争日益激烈，每年都有不少的新品牌涌现，但真正能成功打赢市场的，却只有寥寥几家，大部分牌子在“水战”中沉没了，而农夫山泉面临激烈的竞争市场，却能脱颖而出，其源泉来自哪里？是什么促使农夫山泉在饮用水市场占有一席之地的？发现水市蓝海 一个产业的安于现状者越多，价值创新的机会，以及创造新市场空间的蓝海机会就越大。脑白金在保健品行业整体衰败的时候，通过定位“礼品”，将消费者关注的焦点转换到礼品，而不是产品的功效，绝地而起。在网络游戏市场举步维艰的时候，史玉柱又来了，他没有将自己的赢利模式放在常规的游戏点卡销售上，而是卖游戏装备，提供巅峰快感享受。关于纯净水，一开始就存在着学术界、企业界的争议，主要观点是认为纯净水在滤去水中有害物质的同时，也滤去了人体必需的微量元素，水纯化处理虽然解决了水的污染问题，但是使得水的溶解力、渗透力、代谢力等指标均降低。农夫山泉发现了这个蓝海市场机会，在市场整体处于全面价格战、低利润的时候才切入市场，其推出的不是充斥市场的低档纯净水，而是推出了含有多种营养物质和生理活性的天然水，形成独家占有的新概念。农夫山泉大力宣传“天然水”的优越性，形成了对纯净水生产企业的巨大冲击。应“需”而生 公司要超越竞争对手，急需挑战两种传统的战略思维：一是只注意现有客户；二是进行更加精细的客户细分。这种固化的战略思维正是造

成许多公司陷入恶性价格战的主要动因。对于欲求在水市场取得发展的农夫山泉高层来说，急需做的就是突破固有思维模式的限制。要想最大限度地扩大蓝海，公司就必须反其道而行之，应关注潜在客户，而不应只着眼于现有客户；应致力于大多数客户的共同需求，而不是注重客户的差异化。这样才能让公司超越现有需求，开辟一片之前未曾有过的庞大的客户群。人们之所以饮用瓶装水，一是解渴，可替代的饮料很多，单纯的瓶装水无滋无味，并无优势可言；二是健康，随着茶饮料等健康饮料的不断上市，瓶装水的销量节节走低；市场上出售的多是瓶装纯净水，离健康还很遥远，虽然也有部分厂家推出矿泉水，但是因为假劣伪劣的低质矿泉水的扰乱，人们已经成了惊弓之鸟，对之能避则避。农夫山泉通过市场调研发现，如果单为了解渴，人们对瓶装水是青睐有加，因为市面上多数饮料含糖量很高，越喝越渴，有这方面感受和需求的消费者不在少数；另一个制约瓶装水销售市场容量扩大的重要因素是瓶装水的质量堪忧，媒体上不断曝光自来水直接装瓶上架，使人们见到瓶装水很容易就会同这些负面因素联系起来，可见重塑瓶装水健康天然的形象是突破的关键所在。发现问题比解决问题更困难，将问题的本质界定清楚，也就完成了一半工作。为此，养生堂丢出一颗重磅炸弹，决定退出纯净水市场，全力投入农夫山泉天然水的生产销售，矛头对准纯净水厂商，设置“矿泉水”与“纯净水”健康之争，引起水业大战在全国升级；同时，吸引全国媒体参与，将消费者的关注的目光聚焦过来，借此机会“农夫山泉”只用低微成本就迅速将品牌打入消费者心智。从以一句“农夫山泉有点甜”闯入市场，到推出“奥运军团喝什

么水”，农夫山泉将瓶装水健康天然的形象逐步提升到了一个新的境界。眼球战略发现了蓝海，不代表就能够在蓝海里淘到真金，不代表就能超越竞争对手。成功可能性较大的蓝海战略有三大特性：令人信服的主题、重点突出、与众不同。一个好的战略一定具有清晰而令人信服的宣传主题。联邦快递有着一个令人信服的宣传主题：简便、可靠、快捷和有迹可循。通过把网上和传统业务合二为一，大大减少了业务运营模式的复杂性，使得战略的执行变得更加容易。农夫山泉留给人们印象最深的就是“农夫山泉有点甜”，这句蕴含深意、韵味优美的广告语，一经出现就打动了每一位媒体的受众，令人们牢牢记住了农夫山泉。为何会有如此非同凡响的效果？原因正在于它极好地创造了一个记忆点，正是这个记忆点征服了大量媒体的受众，并使他们成了农夫山泉潜在的消费者。当别的同类产品都在表现各自如何卫生、高科技、时尚的时候，农夫山泉不入俗套，独辟蹊径，只是轻轻却又着重地点到产品的口味，也仅仅是“有点甜”，就显得超凡脱俗。俗语说得好：铁钉虽小却能穿墙。最有效能的宣传主题就是要将企业产品最具差异化、最简单易记的品牌核心诉求提炼出来，把企业所有宣传、传播的力量集中贯注于这一点，努力让这一点渗透到消费者的记忆深处，从而建立起难以消除的信息据点，这个据点就是企业的产品在消费者心中的位置，也决定着产品在市场上的品牌地位。“有点甜”无疑是让人感觉美好的，“甜”意味着甜蜜、幸福、欢乐，这是中国人终身的追求，这样的中国人必定会追求感觉甜美的产品。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)