

不再单纯卖枣,好想你瞄准“大健康”

好想你披露新战略,要抢占主食和零食两大市场



好想你健康零食新品发布会

让红枣进入百姓的一日三餐

“一个卖枣的,却卖起了五谷杂粮,是不是方向有些走偏了,甚至不务正业?”听说好想你枣业的战略再次调整,未来要走食养方向时,食品行业一位分析人士表示有些担心。

但也有不少人对此比较乐观,他们认为:好想你专卖店现在的消费人群多数为女性,并且年龄大多在30岁以上,她们属于中等收入人群,健康和养生意识比较强,因此,专卖店往食养方向转型,是一条不错的路子。未来,好想你将通过红枣、核桃、板栗的木本粮结合,进入老百姓的一日三餐,最终打破红枣在老百姓的生活中“可有可无”的形态,让红枣成为人们的一种必选消费品。

无论外界如何争论,石聚彬对食养方向很坚定:“光靠卖枣肯定是不行了,毕竟枣不是生活必需品,但是家家户户都喝粥,许多家庭原本就有红枣煮粥煲汤的习惯,而民间也有‘粥里加红枣,赛似灵芝草’、‘要想皮肤好,粥里加红枣’的说法,红枣和五谷杂粮搭配食用,能够让各种食材的营养价值,更好地被人体吸收。”

在石聚彬看来,粥是家庭的刚需,但许多家庭知道要喝粥,也知道喝粥好,却不知道该怎么喝,也不知道食材按照什么量搭配最好,“好想你能够解决这些家庭的痛点,以科学搭配、定量组合的方式,为家庭提供均衡营养的好粥”。

除了满足家庭的普遍需求,好想你枣业还将提供个性化食养方案,主要是依托专业的经络检测仪器检测不同人群的身体亚健康状况,经过食养研究院的专家团队对检测报告进行分析,给出针对性的食养解决方案,这些方案就是好想你从原产地精选食材、科学定量组合搭配而成的,后期将有专人跟踪服务改善身体调养效果。

据记者了解,好想你枣业的首款食养产品——好七粥,目前已经基本定型,分为早粥和晚粥,包括红枣薏米粥、红枣绿豆粥等10多种粥,以7天装(内装7种不同的红枣五谷粥),2人、3人、5人份的形式,预计将于本月下旬在好想你专卖店亮相销售。

“我们不是治病的,我们是治未病的;我们也不是卖药的,我们是卖主食的。”石聚彬说,《黄帝内经》中就有记载:五谷为养,五果为助,身体的许多亚健康健康问题,都可以通过“吃”来改善,但是绝大多数人对于吃什么,怎么吃不知道,好想你能够提供这些问题的答案。



“好七粥”等食养产品和健康零食亮相

好想你瞄准“大健康”

最近几天,关于“中国红枣第一股”好想你,有这样一个传言:好想你今后不再只卖枣,战略也不再是健康零食了。

这是真的吗?9月7日下午,在好想你红枣科技园中,好想你枣业董事长石聚彬接受本报记者采访时,证实了这个传言。

石聚彬透露,好想你未来将推行大健康战略,主要围绕精准食养和健康零食两个方向,以红枣为中心,在人们常吃的主食和零食上下功夫,对应的产品和渠道都将有较大调整。

据了解,这是好想你首次披露未来发展的新战略。

在此之前,一直奉行的是健康零食战略,推动好想你从政务礼品向大众休闲零食转变,产品上陆续推出多款健康零食,渠道一方面大力拓展,扶持商超渠道,另外一方面另起炉灶打造专卖健康零食的好想你生活家。

健康零食战略才执行了一两年,为什么现在又要换路子?行业分析人士认为,好想你是被形势所迫,因为过去坚守健康零食战略,虽然推动了整体销售业绩上升,但是门店的销售业绩却不理想。

好想你枣业发布的2015半年报显示,今年上半年实现营业收入57932.62万元,同比增长21.37%,其中商超实现营业收入1.72亿元,同比翻倍增长,但专卖店销售业绩却同比下滑,电商的销售收入增长只有10%。

“好想你枣的价位比较高,专卖店给人的感觉也是高大上,过去主要靠礼品销售,到店自用购买的人流量不大,而且顾客的年龄人群大多超过30岁,不是零食的主要消费人群。”食品行业一位分析师说,好想你专卖店推健康零食,对提升业绩很难有太大帮助。

石聚彬也坦承,通过这一两年的摸索尝试,发现专卖店上了健康零食后,虽然到店人数比以前增加,而且确实也有销量,但远远达不到销售预期。

9月7日,在好想你红枣科技园中,好想你枣业股份有限公司董事长石聚彬接受本报记者采访时,首次透露了好想你的未来发展新战略:好想你的专卖店将从单一卖红枣转为卖大健康,围绕吃的主食和零食,主要包括两个方向:食养和健康零食,对应的产品和渠道都将有较大调整。无核枣、人参枣、口香糖、红枣粉……好想你在一枚枚小红枣上不停地“折腾”,不断地推陈出新。正如石聚彬所言:创新是一个企业的灵魂,一直以来我们坚持赢家就是变者,变者就是胜者的创新理念。

如今,好想你喊“转型”已经喊了一年多了。这次转型,从卖红枣到卖大健康,的确出乎业内意料,有人认为这样做靠谱,但也有人表示质疑:一颗红枣那么小,能够撑起那么大的健康产业吗?

郑州晚报记者 徐刚领 文/图



多举措促使战略落地

从健康零食迈向大健康,这一步跨得挺大,好想你枣业能做好战略落地吗?

据石聚彬透露,在食养方向上,好想你将主推红枣五谷粥,将五谷杂粮和五果量化地科学组合搭配,以熬煮、泡煮、冲调等不同的产品形态,袋装和礼盒装两种包装形式,为大众和特殊体质人群提供均衡营养、补充体力、改善身体亚健康的食养方案。

而在健康零食方向上,好想你将采取纵深和横切的两大战术,一方面走红枣初加工、深加工的路线,推动好想你的产品从1.0(原枣)转向2.0(去核枣)、2.5(红枣脆片等)、3.0(枣片)等升级,另一方面走木本粮、草本粮的路线,生产销售益健康、低脂低糖、少添加的红枣以外品类的健康零食。

产品策略调整的同时,好想你的渠道也将随之变化:好想你专卖店侧重食养,除销售现有红枣类产品之外,还将销售五谷杂粮和五果等经过科学组合搭配的初加工产品,而好想你生活家侧重健康零食,主要销售红枣、坚果、花茶、婴幼儿食品等低脂低糖、少添加、益健康的高品质零食。

专卖店将在现在基础上优化调整,实行“1+3”模式,即在县级、地市级和省会级城市开设1家100平方米以上的红枣旗舰店,前期地市级城市开1

家,后期一个区或县市开1家,每家均同时匹配3家移动专卖店(标准化的移动展售车),协助旗舰店开拓市场,红枣旗舰店计划到2016年开设100家。

而好想你枣业另起炉灶、重金打造的健康零食专卖店——好想你生活家,无论是产品陈列还是销售收入上,红枣品类的健康零食均要占据至少30%的份额,如今已经在深圳、上海、郑州等多个城市布局。据了解,郑州已经有两家门店开业,平均每家店每天销售收入数千元,红枣的销售占比为1/3左右,另外还有几家门店正在装修。预计到今年年底,将在全国大中型城市布局100家左右,均开设在客流量较大的路口、社区或商业街。

围绕精准食养和健康零食两大方向,好想你枣业除了优化调整现有专卖店,扩张红枣旗舰店和好想你生活家之外,还将尝试新的门店业态。比如在食养方向,好想你枣业已经在郑州打造了想你好食生活馆,集健康检测、专家分析以及食养产品体验和为一体,为顾客提供普适性和个性化的食养解决方案,预计年底将在郑州开设4家左右,均布局在高档社区中。而在健康零食方向,开发的新产品也已经成型,正在大力拓展便利店、药超等流通渠道。