



# 老产品引导新需求

——创造新市场 提高销售



沈阳兴隆大奥莱  
石博宇

# 个人简历



- 姓名：石博宇
- 上年度所在部门：沈阳兴隆大奥莱 酒水饮料部部长
- 新年度所在部门：沈阳兴隆大奥莱 酒水饮料部部长
- 年龄：26
- 婚育：未婚
- 学历：大学本科
- 6月20日考试成绩：216分
- 毕业院校：沈阳理工大学
- 入企时间：2013年8月23日
- 对应总部职务：副科长
- 家族级别：无
- 获得英雄情况：无
- 入企前经历：无
- 入企后经历：营业员1年，部助理1年，部经理1年
- 获得其他荣誉：无
- 特长：篮球
- 爱好：篮球

# 酒水饮料部2015-2016年度经营数据（万）

销售

2015-2016年度：883 同期：928 同比：-4.9%

毛利

2015-2016年度：161 同期：154 同比：+4.8%

毛利率

2015-2016年度：18.3% 同期：16.6% 同比：+1.7%

# 饮用水对于部门销售的影响

上半年部门销售：366 同期：421 同比：-12.9%

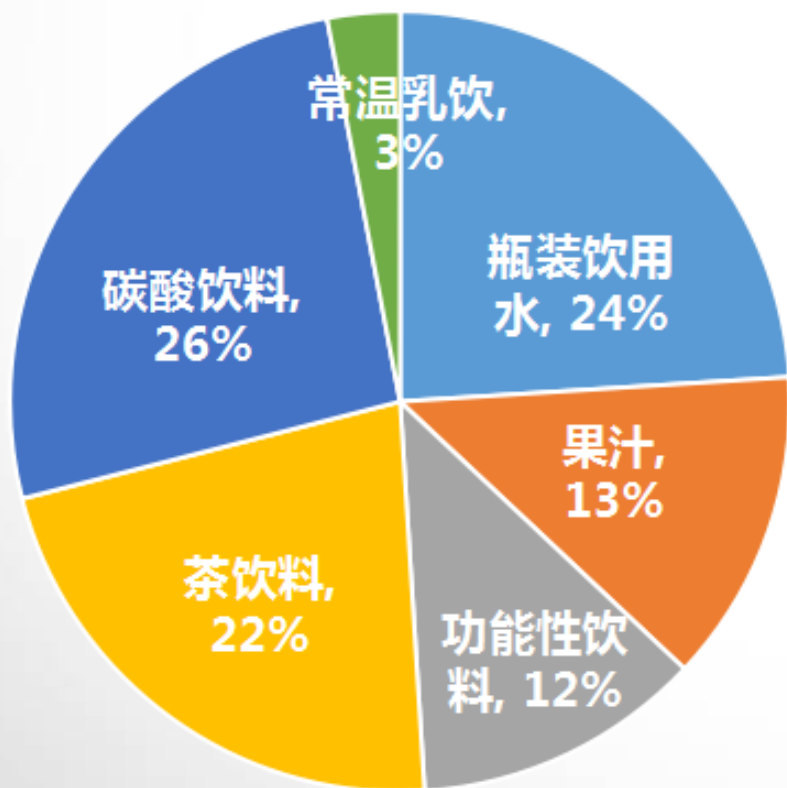
下半年部门销售：516 同期：507 同比：+1.7%

水上半年销售：60万 同期：61万 同比：-2% 销售占比：16%

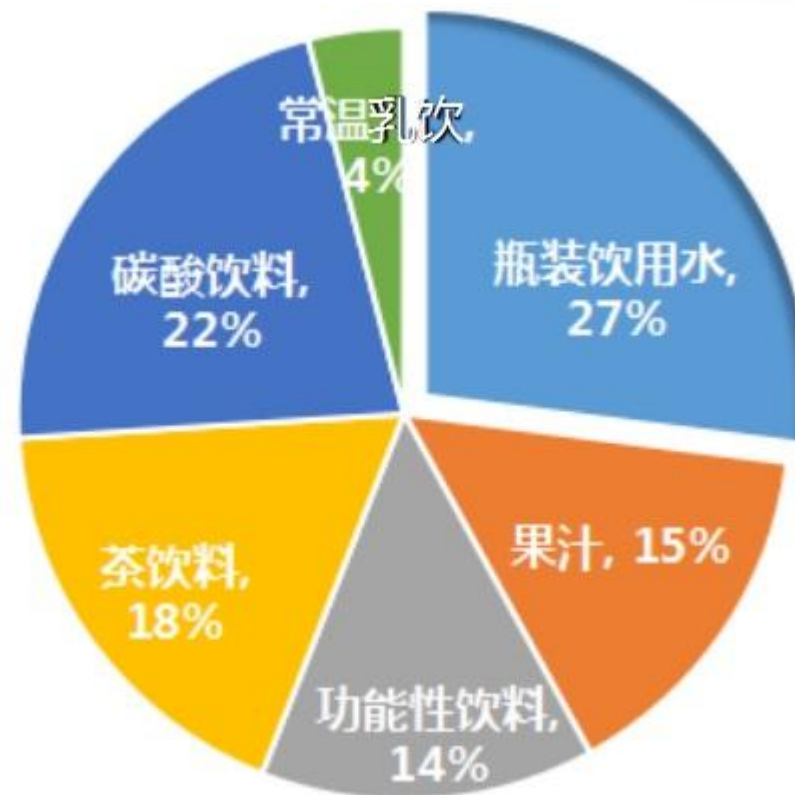
水下半年销售：89万 同期：68万 同比：+31% 销售占比：17%

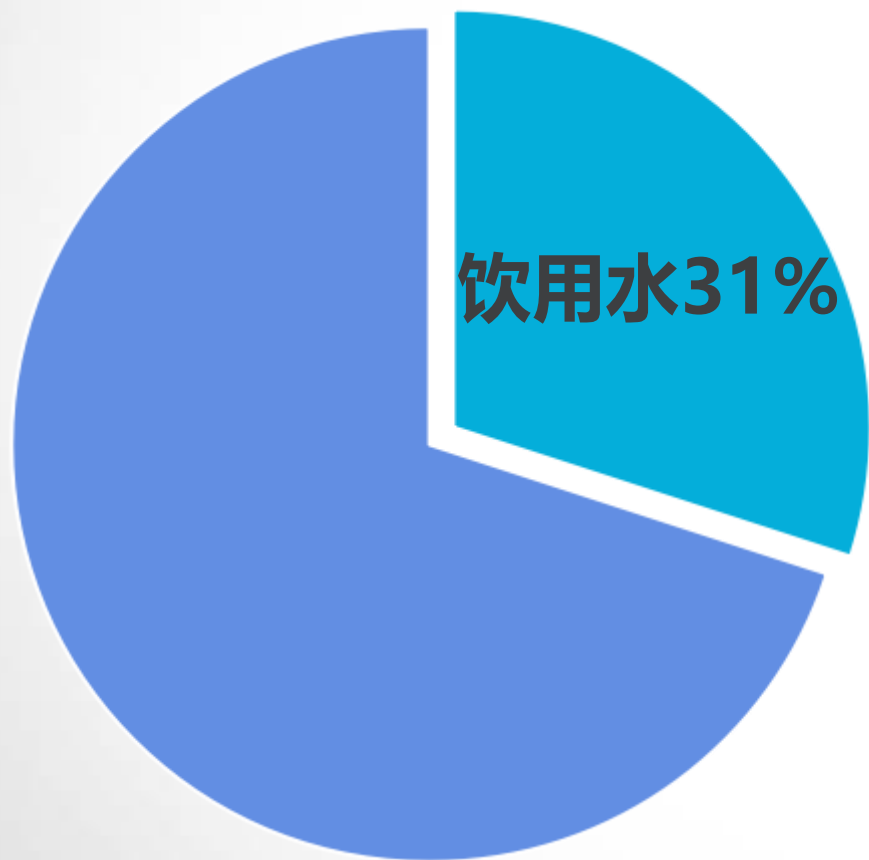
# 各饮品小类占部门销售占比

## 2014-2015年度



## 2015-2016年度





2015年中国饮品市场销售（整体约2000亿）

- 2015年包装饮用水销量同比增长7.6%
- 2015年包装饮用水占饮品市场份额的31%
- 国内低端水的增长率仅11%-12%，高端矿泉水的增长率高达46%-50%
- 根据可口可乐公司调研：消费者的目标正由碳酸饮料逐步转向饮用水

# 饮用水蕴藏着巨大市场空间



饮用水

- 纯净水
- 矿泉水

饮用水分类

定位品牌：依云、巴黎水、芙丝等15个品牌

时尚品牌：味丹多喝水、昆仑山等5个品牌

常规品牌：农夫山泉、百岁山等16个品牌

# 前期调研

1

客层定位：购买整件水的顾客比例远远大于购买饮料的顾客

2

大桶装水需求量的增大

饮用、煮饭、泡茶



3

对顾客健康、正确的引导：一瓶好水、健康一个家庭



# 实施方案



陈列

- ①超市入口
- ②款线
- ③地推形象陈列
- ④货架



营销

- ①品牌的推广
- ②微信推送



大型  
活动

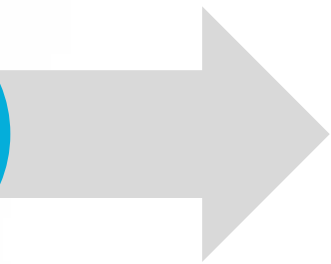
饮用水奥莱周



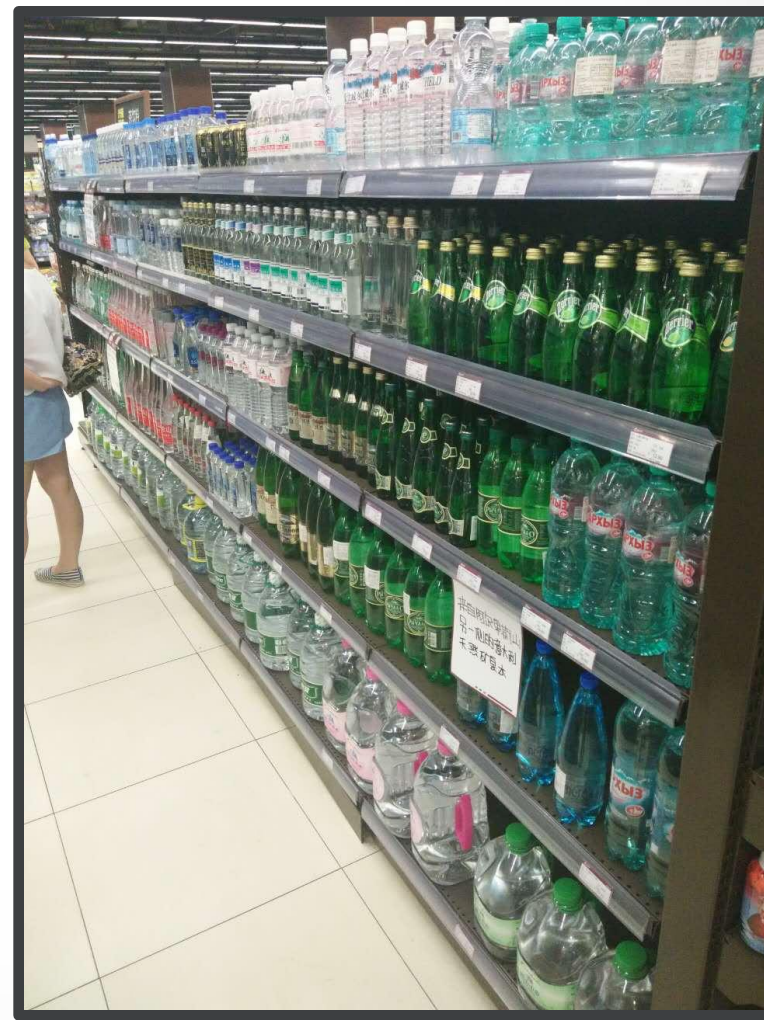
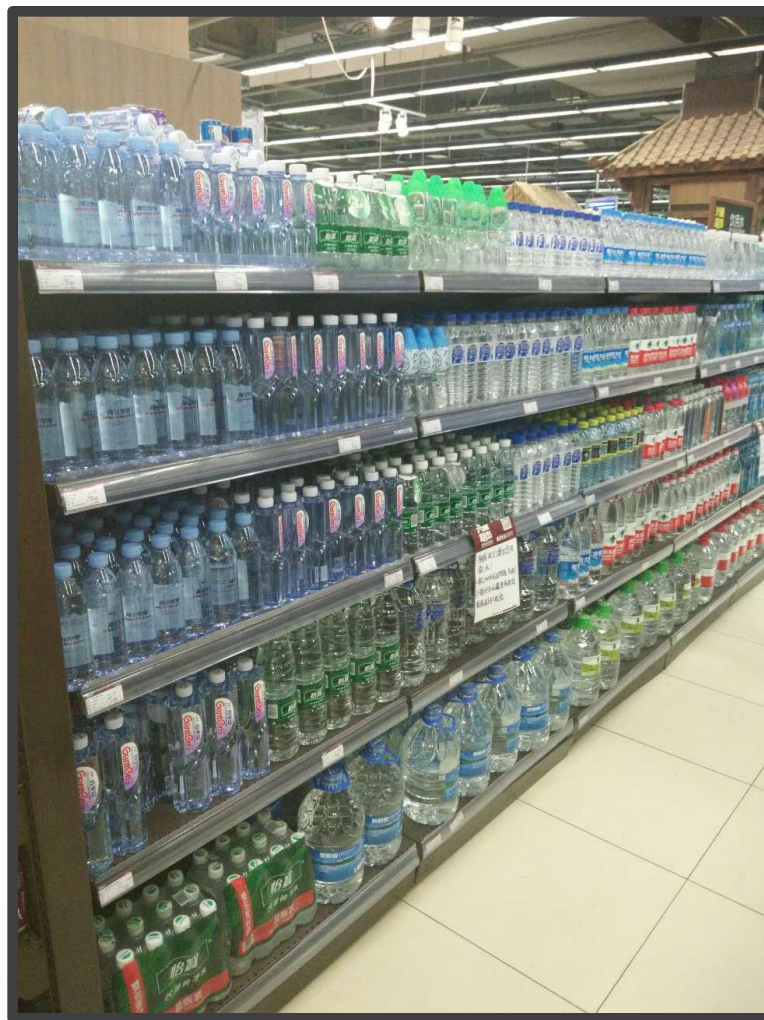
会员

- ①办理水卡
- ②后期会员维护

陈列



加大饮用水的陈列面积





①品牌的推广

②微信推送

17:44 0.56% 33

× 欢乐颂安迪喝的矿泉水到底有..



www.sialchina.cn

安迪喝 ↑



www.sialchina.cn

老谭喝 ↑



evian  
Christian Lacroix

在欧洲，水资源几乎没有污染，家家都安装净水器，为什么瓶装水和桶装水还大有市场？其实每种水都有自己的特点，什么

[查看全文](#)



大型  
活动

## 大奥莱·世界好水博览会



大型  
活动

## 大奥莱·世界好水博览会



大型  
活动

## 大奥莱·世界好水博览会





①办理水卡

②后期会员维护



# 本年度任务

同期	销售	本期	销售(万)	同比
水	149	本期水任务	500	235%
部门	885	本期部门任务	1500	69%

**我的目标：三年内水达到1000万！**

**为了梦想！不怀疑，不犹豫！**



**THANKS**

