

花西子品牌策略调研及问题和完善对策研究

摘 要

这几年，越来越多的人开始意识到了外在形象的重要性；在当今这个经济发展形势下，许多国货品牌开始崛起。鉴于此，“国货之光”花西子用短短四年的时间，逆袭成为王者。2017 年，花西子在诞生于杭州，以其“东方彩妆，以花养妆”的理念及“国风”标志的形象走进人们的心里。本文以“国货之光”花西子为研究对象，主要研究其品牌策略，为其他国货产品借鉴学习。

关键词：花西子 品牌策略 国风 营销

目 录

1. 绪论	1
1.1 研究背景及意义	1
1.1.1 研究背景	1
1.1.2 研究意义	1
1.2 研究现状	1
1.2.1 关于品牌策略的研究	1
1.2.2 关于“国货”的研究	2
1.2.3 关于“花西子”品牌的研究	2
1.3 研究内容与方法	3
2. 概念界定及理论分析	4
2.1 品牌策略的基本概念和内涵	4
2.2 品牌策略的价值	4
2.3 品牌策略对企业的作用	4
3. “国货之光”花西子品牌策略的现状	6
3.1 “国货之光”花西子品牌概述	6
3.1.1 花西子品牌介绍	6

3.1.2 花西子品牌定位人群	6
3.1.3 花西子品牌价格	6
3.2 “国货之光”花西子品牌策略分析	7
3.2.1 拥有完整的品牌故事	7
3.2.2 精准定位，抓住具有增长点的垂直圈层	8
3.2.3 输出品牌文化，跨界联合，为品牌整体价值加分	9
3.2.4 构建爆品体系，打造极致性价比	10
3.2.5 发力社交媒介，KOL 营销和圈层策略	11
4. 花西子品牌策略调研	14
4.1 数据收集	14
4.2 调查问卷	14
4.3 样本综述	21
4.3.1 花西子品牌任重道远	22
4.3.2 对花西子品牌营销的感官呈两极划分	22
4.3.3 社交传媒给花西子带来巨大红利	22
4.3.4 花西子“国风”吸引消费者	22
5. “国货之光”花西子品牌策略存在的问题及对策	23
5.1 “国货之光”花西子品牌策略存在的问题	23
5.1.1 重销售轻质量现象严重	23
5.1.2 将广告当成唯一法宝	23
5.1.3 品牌营销手段慢慢变弱	23
5.2 “国货之光”花西子品牌策略存在问题的对策	23
5.2.1 注重产品质量，增加消费者粘度	24
5.2.2 减少过度营销，避免消费者反感	24
5.2.3 添加公益项目，树立企业好形象	24
6. 结语	25
参考文献	26

1. 绪论

1.1 研究背景及意义

1.1.1 研究背景

当今这个经济形势促使了很多新国货品牌开始崛起,一些品牌逐渐被我们所知晓,如完美日记、美康粉黛、王饱饱、拉面说等等。在如今新媒体迅猛发展的大环境下,人们对美的追求明显提升,女性消费者在化妆品购买上的支出也不断提高,品牌之间的竞争变得更加激烈了。在这个时候,“国货之光”——花西子,作为以中国风为特色的新国货美妆品牌,用四年的时间,逆袭成为王者。

1.1.2 研究意义

中国的消费品市场正在发生一场翻天覆地的变化,相较于之前“美式”、“进口”、“日式”等标签,现在“东方”、“国潮”更能吸引消费者。以花西子为例,短短4年时间在年轻一代心中烙印下“中国时尚彩妆品牌”的标签,并完成了变态式的增长。那么花西子到底为什么可以从一众彩妆中脱颖而出,摘得“中国风彩妆”的桂冠呢?本文以“国货之光”——花西子为例,研究其品牌策略,以供其他国货品牌借鉴参考。

1.2 研究现状

1.2.1 关于品牌策略的研究

李道和、张海涛认为,良好的品牌给企业带来高的经济效益的同时,也会给广大的消费者带来很多好处 Error! Reference source not found.。

姚丽燕认为,人面面对各种各样的商品时,更倾向于选择“名牌”。“名牌”不仅代表着质量好、性能好、服务完善,更具有一种无形的价值,满足消费者的心理需求。而企业间的竞争早就已经不只是能生产什么产品,还应包括能否树立起自己的品牌。品牌意识已渗透到人们生产和生活的方方面面,我们已经进入了品牌竞争时代 Error! Reference source not found.。

李云海指出了产品类型与品牌策略的分析,认为提高产品市场竞争力的两大有力武器——品牌发展与品牌塑造,企业可通过不断强化品牌策略来突出产品质量信息,提高产品的市场知名度,获得消费者的认可并让消费者形成品牌依赖。然而,品牌发展与品牌塑造与企业的产品类型有直接的联系,品牌策略的制定和实施必须充分考虑企业所生产的产品类型,只有这样才能进行准确的品牌定位,避免盲目行为 **Error! Reference source not found.**。

王雨认为现阶段中小型企业发展品牌的原因主要有品牌主宰市场、与外贸竞争市场、消费者更加注重品牌、个性品牌能够抓住消费者的心 **Error! Reference source not found.**。

李祝平强调了品牌策略的选择与应用,认为产品品牌策略即一种产品一个品牌,又称多品牌策略。一个品牌只适用于一种产品、一种市场定位,有助于品牌最大限度地形成差别化与个性化。产品品牌策略包括产品线品牌策略、范围品牌策略、伞形品牌策略、注册品牌策略、合作品牌策略、新品牌策略、自主品牌策略 **Error! Reference source not found.**。

符国群肯定了品牌延伸积极作用,认为品牌延伸是企业将某一著名品牌使用到与成名产品完全不同的产品上,它是企业寻求增长和发展的重要策略的同时,提出选择延伸产品,首先应考虑原品牌的形象,不要将著名品牌延伸使用到有损其形象的产品上;其次,应考虑原产品与延伸产品之间是否存在资源、技术等方面的关联性;再次,不应将著名品牌延伸到价值不大、极易制造的产品上;最后,应按科学程序选择延伸产品,并采用各种措施淡化品牌延伸可能带来的负面影响 **Error! Reference source not found.**。

卡普费雷认为,品牌个性、创新和发展能力不足,品牌缺乏整体规划,品牌定位不明确等是我国品牌企业建设存在的问题 **Error! Reference source not found.**。

1.2.2 关于“国货”的研究

吴笛表示,相信民族品牌竞争力将会进一步提高 **Error! Reference source not found.**。

何佳讯、吴漪、丁利剑、王承璐认为文化认同可与国货意识是细分全国市场的关键变量,可以帮助企业找到适合自己产品和品牌定位的目标群体。对于同时具有高文化认同和高国货意识的群体,兼具“国家文化”和“民族情感”的营销活动将最有效 **Error! Reference source not found.**。

1.2.3 关于“花西子”品牌的研究

张竞丹认为，花西子作为一个新晋当下流行品牌，仅仅只把重点放在线上，而忽略了线下的购买力，因此花西子应该通过市场调研在市场需求大的城市开拓实体店来吸引客源 **Error! Reference source not found.**。

魏梦琴基于花西子与泸州老窖的联名,对国潮复兴下的品牌联名效应进行深入分析,认为品牌是一个国家文化软实力的表现,国货之光的兴起,源于国民对传统文化的认同。花西子品牌一直坚持“做好东方彩妆,力挺中国最刚”的中国态度,用产品赢得消费者的认可。泸州老窖作为中国最古老的四大名酒之一,致力于向世界传播中国传统文化,颇具影响力。花西子与中国老品牌泸州老窖的品牌联名,使得花西子的品牌知名度以及泸州老窖的品牌形象都得到了进一步提升

Error! Reference source not found.。

李伟龙表示,花西子这类化妆品新国货想要赢得未来,就要实时跟着消费者走,做到迭代速度长期比国际大牌更快。在获得这些先发优势的前提下,把时间窗口带来的红利转变为持续的发展机会,从而在这些基础中演化出自己的发展模式

Error! Reference source not found.。

1.3 研究内容与方法

本文以“国货之光”花西子品牌为考察对象,主要研究其品牌策略,为其他国货产品借鉴学习。本论文综合采用文献研究法、问卷调查法、定性分析法、数据分析法等,来对花西子品牌进行品牌策略研究,将定性分析和数据分析有机结合,在调研、数据提取和文献查阅基础上开展论文的写作。

2. 概念界定及理论分析

2.1 品牌策略的基本概念和内涵

品牌策略是可以产生品牌积累的一系列企业管理与市场营销方法,包括 4P 与品牌识别在内的所有要素。

品牌策略的核心是品牌维护和传播,如何把品牌做进消费者心里去,是品牌策略中最重要的部分,如今品牌营销方式有很多,相对电视、报纸、户外公关等传统品牌营销方式,企业现在逐渐倾向于网络品牌营销。但是,网络品牌营销策略的重点在于解决用户信任度的问题,因为网络是一个虚拟世界,而如何让消费者信任企业品牌和产品是最核心的关键。

2.2 品牌策略的价值

品牌策略是指企业通过建立品牌形象，提升产品知名度，并以知名度来开拓市场，吸引顾客，扩大市场占有率，取得丰厚利润回报，培养忠诚品牌消费者的策略选择 Error! Reference source not found.。

2.3 品牌策略对企业的作用

品牌策略在增加市场份额方面十分有利，也可以促进产品销售，是企业参与市场竞争的有力手段。同时，实施品牌策略有助于监控产品质量并防止假冒伪劣产品。品牌能够代表质量，消费者在购买产品时重视质量和服务，企业对其产品进行监管，以有效防止假冒伪劣产品，而品牌策略的意义则是有利于产品质量的提升 Error! Reference source not found.。

品牌策略有利于产品组合的扩张，提高规模经济效益；它有助于调动职工的积极性并且增强企业凝聚力，促进企业建设 Error! Reference source not found.。此外，品牌策略还可以提高人的满意度和归属感，从而调动人们的热情并提高效率。

品牌策略在推送企业发展起到了重要的策略意义，成功的品牌策略不止能够提高企业及其产品的知名度，还有助于开展品牌营销，产品的市场占有率得到扩大，并且企业迅速拓展市场。同时，品牌的影响力可以增强企业在经济市场中的自我定位，将其转化为实际利润，促进企业的长期发展 Error! Reference source not found.。

因此，在激烈的市场竞争中，长期准确地实施品牌策略和加强品牌建设，可以使企业在竞争大潮中稳步发展，占领更大的市场，并且获得更高的利润和更宽广的发展空间 Error! Reference source not found.。实施品牌策略可以帮助企业提高经营理念和管理水平，并最大程度地提高企业的经济效益。

3. “国货之光”花西子品牌策略的现状

3.1 “国货之光”花西子品牌概述

3.1.1 花西子品牌介绍

“花西子”彩妆品牌于 2017 年 3 月 8 日诞生于中国杭州，其理念是“东方彩妆，以花养妆”以花卉精华与中草药提取物为核心成分，致力于探索中国千年

古方养颜智慧，同时针对东方女性的肤质特点与妆容需求，使用现代彩妆研发制造工艺，打造健康、养肤、适合东方女性使用的彩妆产品。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/066104155000010242>