

朱耀辉-信阳名片

2026年8月23日 下午 11:18
19分钟 41秒

关键词

鸡公山 信阳 品牌 抖音 品类 产品 新品 广告 商标 包装 酒厂 计划 酒业 知名度
中国 咨询公司 产品结构 酒业注册

文字记录

说话人 1 00:00
这个搞一天了。

说话人 2 00:01
应该的应该的。

说话人 3 00:01
是是，贵姓？

说话人 1 00:03
朱耀辉。

说话人 2 00:04
啊，朱总。你有那个。那个单子在我同事那，我去拿一下啊。

说话人 3 00:07
啊，好。好，没事，那您先介绍一下您的。

说话人 2 00:09
那个有产品。这是你的产品吗？对。哎，让我们看一下。信阳名片。

说话人 1 00:14
信阳名片。对。

说话人 2 00:15
我就想起那个之前做那个信什么。

说话人 3 00:17
信阳毛尖。

说话人 2 00:18
信阳毛尖。

说话人 1 00:18
对，我们做那个。文心，信阳毛尖。对，文心。你们给文心做过。

说话人 3 00:21
对，那是我们的客户。

说话人 2 00:23
对。介绍一下您的业务呗。

说话人 1 00:25
好，咱们这个是，那我给你开。

说话人 3 00:30
要要要开吗？

说话人 1 00:31
我来开。

说话人 2 00:32
如果如果说他是那个，就算了。

说话人 1 00:33
没事没事，我们。我先不用。打开看看。看一下外观就好。这个打开了。这个。那个可以打开。

说话人 3 00:39
这个看的到，就里面的包装酒器酒瓶是这个样子。

说话人 1 00:44
哎，对，这是一个三千年古酒，目前是中国的实物酒是最早的，世界最早的。

说话人 3 00:56
好。

说话人 1 00:59

咱们业务咱是酒厂，咱们这个酒厂呢是是个老酒厂，1949年建厂，原来是当地的一个国老国有企业。2001年改制。改制接手的，接手的，它一直就是一个地方品牌。就在全省，河南省四大名酒嘛。这个接手了以后，这些年就是一直徘徊，好好坏坏。就是在来到一对照了以后，觉得就是没找着路。就是好好坏坏，过去的一些什么品牌啦，什么人家说品牌也在当地也无人不知无人不晓。七十多年了。曾经也很好过，原来在当地也很好过。

说话人 1 01:47

这个我们接手了以后，这个就在15年，一四、13年的时候做的还算不错，在当地有个，就是星级品牌，一直卖的还挺好。这后来这几年又下滑了，又加上疫情，所以原来是鸡公山品牌，后来鸡公山都觉得产品好像档次，就原来的档次都都在人们心目中好像都是一个大众酒。后来又改个信阳名片。

说话人 3 02:20

我问一下，信阳名片这个注册了吗？

说话人 1 02:23

注不上。对。

说话人 3 02:25

对，谁也注不上。

说话人 1 02:25

带地名。对，带地名。鸡公山本来就是我在我们当地是一个5A级的景区。

说话人 2 02:31

那你鸡公山酒业注册了吗？

说话人 1 02:32

那能注册。

说话人 3 02:33

鸡公山是你的品牌。

说话人 1 02:34

那是老品牌啊，它是解放解放以后注册的，现在现在是注不上。

说话人 2 02:39

这个名字改成了。信阳名片。信阳名片。

说话人 1 02:42

对，信阳名片仍然还叫鸡公山商标，信阳名片。

说话人 3 02:45
我知道鸡公山在下面。

说话人 2 02:46
我也开一个牌子叫信阳名片，你拿我啥办法？

说话人 1 02:48
对，那就是因为这个名片不好认，我们给他做了个啥明信片样啊，啥啥啥。反着做，正着做，但是你真正的还是不能叫信阳名片。

说话人 3 02:59
嗯，你现在写的 1.5 个亿是销量，是来自于哪里？

说话人 1 03:03
销量是原来就光线下就能达到这些。这些这两年呢，线下不是疫情了以后，线下下滑了嘛。正好我从 2020 年呢，又在做线上。抖音。抖音。哎，做抖音呢，那要要要要按照你那说，抖音卖好了，一年都能卖一个多亿。就我一个人的账号。好好的卖，一年都能卖大几千万。

说话人 3 03:30
自己是。

说话人 1 03:31
我 IP 嘛。他自己个人 IP。这我儿子，他也 IP，我也 IP，他有 20 多万粉丝，我有百十万粉丝。

说话人 2 03:38
就是您现在在抖音上已经卖了有一个亿没？

说话人 1 03:41
那那一年得，一年就是个把亿，好高的时候可能一个多亿，今年又下滑。

说话人 3 03:46
卖的就是这款产品。

说话人 1 03:48
卖的不是这，卖的多，系列产品。系列产品。现在我们问题就是，都是系列产品。没有爆品。就是信阳名片的，原来鸡公山那个牌子能卖一个。单品，星级单品能卖上亿。现在这个名片，系列品，茶酒加浓香型酒加一块，可能也就是卖个总销售额的 30% 吧。

说话人 3 04:14

抖抖音那个账号叫什么？

说话人 1 04:16

鸡公山酒业老朱。董事长老朱。

说话人 2 04:20

线下就是传统的那种白酒渠道门店。

说话人 1 04:22

对，代理商。

说话人 2 04:24

线下主要也是在信阳那边。

说话人 1 04:26

主要在信阳的。那白酒光在信阳做好不得了。

说话人 2 04:31

那您这个写了近两年营收趋势是瓶颈。

说话人 1 04:34

对，现在瓶颈啥子吧，也上不去，这个也还关键是吧，现在利润也下滑。

说话人 2 04:43

你觉得这个关键的问题是什么呢？营收上不去呢？

说话人 1 04:46

营收上不去，就是我感觉我们还是做的不对，就是所有人都觉得我们在那个地方，那老品牌原来有势能那么好，到现在我们在当地也应该不差，但就是销售，我们自己认为是营销力。力量不够，就是营销没团队，这些年我们自己的一个营销团队一直不行。这几年我觉得我线上应该比线下腾了很多空间，给他时间，让他们仔细把品牌，把细节做好，就是一直没人做，一直就执行这一块差。

说话人 2 05:25

你这一直写说解决这个问题采取过哪些方法，写的开发新品，就是您一直在推新品，是吧？

说话人 1 05:29

对呀，一直推新品，线下也是推新品，线上也，线上更应该推新品，不推新品没办法。

说话人 2 05:36

就是没留下，就是推完了没流量，就换一个。

说话人 1 05:38

这些年高峰的时候，在当地也能搭两两三、三四千万的广告费都砸了。那到处只要进到我们信阳的，所看到的全是鸡公山的广告。线下的广告。线下的门头广告，招牌。打的。这个照片儿嘛。鸡公山。

说话人 2 05:53

你线下的这个打的鸡公山。

说话人 1 05:54

打的鸡公山嘛。信阳名片，但是现在应该也很出名，在当地就一说信阳名片都很认。

说话人 3 06:02

这，这款现在卖多少？多少量？

说话人 1 06:06

这个，这个应该卖个，这个卖的也不多，卖有几，大概有个有个连续卖有 10 万箱货吧。

说话人 2 06:16

下一步计划是什么呀？

说话人 1 06:19

全部计划现在就是我自己的想法就想推这个茶酒，你看这是毛尖茶酒，毛尖茶酒目前，我听你们一讲，又说新品类难搞，我还原来以为觉得这是个新品类，但是白酒和这个快消品那还不一样。我们不需要到全国推，我现在觉得就立足我们信阳，慢慢的往河南周边，那就几个亿，那就很很容易，也不需要去去暂时的，白酒你现在想做成全国性的品牌很难。也真不容易。

说话人 2 06:55

哎，您刚才提到说这个金佛山，包括这个。鸡公山的知名度是很高的，是吧？

说话人 1 07:00

那肯定啊，他在那都知道我在信阳。

说话人 2 07:03

这个海底捞也不敢说谁都知道，没有知名度。

说话人 1 07:06

我是说你在信阳。

说话人 2 07:07

知名度永远都不够。

说话人 1 07:08
那对。

说话人 2 07:08
这就永远都不够，这个是一方面，但是。

说话人 1 07:10
这些年宣传也不够。

说话人 2 07:11
我我想说的是什么呢？就是说如果您宣传鸡公山酒店，但是这个屏幕上我没有看到鸡公山。

说话人 1 07:17
就我们现在就是想弱化鸡公山，给打到顶上。

说话人 2 07:20
你最大的资源资产是什么呢？

说话人 1 07:23
我们现在。大红花打这么多，打的是什么呢？你像我们现在请的也有咨询公司，咨询公司来说的，你这个地方品牌都在都不认了，你都之所以做的不好都不认了，你得换换名字吧。您您说。他们来了又给我们换成一个信阳茶酒，我今年又开始搞，来回折腾，中间都折腾多少回了，要白折腾早不是这样了，一直折腾，三天两头折腾，每年都折腾。你说什么？请一个咨询公司来了，我搞一样，请个咨询公司来了搞一样。

说话人 3 07:59
当地人不认鸡公山这个品牌。

说话人 1 08:02
他就认为你看。白酒好多，尤其是我们河南，河南本地都不认本地酒，就说本地酒。都，这外来的酒好喝。

说话人 3 08:14
河南，那河南现在主要喝哪里的酒呢？

说话人 1 08:16
河南主要喝四川酒。现在就是酱酒多一点，然后是湖北。江苏。那河南市场就是全国的所有大品牌都往河南，河南就是一个没有主战场的，我们河南最大的说仰韶，一年也就是 50 个亿。他有 50 个亿，现在也在下滑，河南就没有大的，没像人家外地 100 亿、100 亿的企业，都没有本地品牌。

说话人 2 08:45

那您听完这两天的课程，您觉得这个整体的品牌上，您有什么新想法吗？

说话人 1 08:52

就是现在还很迷茫，我自己的想法就是那就是咋样按照咱们那说的，对吧？这个找到一个符号，就鸡公山老打打打哩，我们这些年做广告做哈，最后都现在想想，没沉淀下来东西，就像人一下老师讲的。

说话人 2 09:11

钱都在里面。

说话人 1 09:12

哎对。对。

说话人 3 09:14

就是。

说话人 1 09:14

钱也没少投，到现在要没得这个不做新品了，啥子都没得，也沉淀下来。

说话人 3 09:22

就是，因为鸡公山是你的品牌。对。那个信阳名片是没法注册的。

说话人 1 09:28

没法注册。

说话人 3 09:29

你。但是像。

说话人 1 09:30

但是在当地打的也很响，都认，都知道。

说话人 3 09:32

都认这个，但是他会有一个风险，就是万一别的，看你看你这个西阳名片做的好，他仿你。

说话人 2 09:39

我找个压公山，然后我弄，我也弄西阳名片，我卖的也便宜。

说话人 3 09:42

他也不出现什么公山了，他就是仿你，就是他也叫西阳名片。

说话人 2 09:46

这这个这个箱也看不出鸡公山嘛，对，看不出来。

说话人 1 09:48

但是他仿，那咱们是鸡公山酒业，他在。

说话人 3 09:52

所以所以核心是什么？就是你现在这个品打的很响，也投了资源在推这个品，但是就把鸡公山现在相当于你刻意弱化了它嘛。对。你对它的这个投资。没有存到鸡公山是你的存钱罐。对。没有存到这个鸡公山品牌里面，你前面说这个前几年在线下打了很多广告是鸡公山，那是已经投了钱的，所以鸡公山现在知名度高，其实对你是有优势的，只是说现在你刚说可能前面酒没做好，现在大家，觉得对鸡公山这个品牌觉得没，品牌没那么认。但是如果说这个产品如果好的话，是能够把你鸡公山品牌再带回来的。对。再把它往回再往上拉的。所以关键其实还是要投资在品牌上，鸡公山这个品牌，还有就是刚看那个，你抖抖音刚刚那个店铺里面的。我看店铺里面就两个产品。

说话人 1 10:50

不止，多。不是。平时我们不播的时候，他就两个产品。哦，他直播的时候。他直播的时候就那个SKU 他会上。因为我天天直播。哎对，我天天播。

说话人 3 11:00

我每天直播。就是在这，反正我现在看到这两个包装呢，有一个，这个鸡公山还算是比较大的，

说话人 1 11:07

这这是个卖量比较大的。

说话人 3 11:10

这是。鸡公山这。

说话人 1 11:11

但是不挣钱，我现在给他砍了，基本上不卖了。

说话人 3 11:13

然后这个品呢就。这个光瓶的这个，就看不到鸡公山了。

说话人 1 11:18

啊对，这个也有鸡公山logo，它叫。就是。我能看的这两个，这两个对，这两个都是不卖的了，基本上要淘汰了。现在基本上不卖了。我我在直播间从来不讲了，就顺次了。

说话人 3 11:31

就你其他酒的包装，鸡公山这个品牌放的大吗？其他在抖音上卖的。

说话人 1 11:38

大，鸡公山品牌就还是鸡公山。ok。鸡公山粮液，鸡公山大曲，都还是鸡公山三个字。

说话人 3 11:44

就是这个，还是要投资在鸡公山上。

说话人 2 11:46

你过去打的那些广告的也没有白打，就是你至少打了鸡公山嘛。

说话人 1 11:50

啊对，那你打了，对吧？

说话人 2 11:51

至少这个名字是存在下来的。

说话人 1 11:53

都还知道几个。

说话人 2 11:54

关键是这个名字，你钱投进去了，现在没有变现。是的。他没变现，他没有产生该有的。

说话人 1 12:00

没积累。

说话人 3 12:00

就你存到银行了，你现在推新品的时候，没把银行里存的钱取出来。

说话人 2 12:05

对，你应该取出来。

说话人 3 12:06

对。你投的广告有利息的，可以可以复用的。已经有利息了，准备的。对。那就是品牌资产的利息的复用，可以收割的。

说话人 2 12:13

我觉得啊，您现在需要的，除了方案之前，就需要两个字。用我华宇华讲的，叫定心。就是因为你脑子里现在想法很多，像您说请了很多咨询公司，全都是老师。对呀。每人一套方案。谁说都对。谁说

都对。那听谁的，你这请了也不听。他要是真对，您今天不会坐在这儿。

说话人 1 12:29

对呀，那你看，就是我们要做对了，也不至于现在。

说话人 2 12:33

我觉得这个是这个东西是为什么？其实很多人他他想法是割裂的，就他给您，他说，比方说什么叫金贡山的名字不行，你要把它弱化掉，这是纯纯的昏招，这是谋财害命。对。我现在就可以告诉你，这是昏招，这是害你，这是害你，我现在没法告诉你，我说你怎么做能让你赚钱的对，但是我能可以明确告诉你，他说的那东西是让你亏钱，这是要止损的，你最大的资产，最大最大，别人谁也拿不走的，最的不是这什么信阳名片。对。就是那金贡山，包括金贡山下面有一行字叫始于1949。对。这很关键，这别人没有，这商标现在都没人能做下来。

说话人 1 13:06

那谁也做不下来。

说话人 2 13:07

这个名字他现在，他放在这儿小小的，也没人会在意他的。

说话人 1 13:13

我当时买这个商标，买这个厂的时候，人家商标直接给我 5000 万，我都没卖。

说话人 2 13:18

对吧？你看你，我们今天讲丫丫案例，丫丫她，樊总她买丫丫，哎对对对。这个东西资产在这就放大，这个放大除了这个名字放大以外，第二个就是这个符号不行，这符号。

说话人 1 13:29

这个符号不行，是吧？

说话人 2 13:30

这个符号不行，您您觉得这符号能打多少分？

说话人 1 13:32

但是这个符号是个彩色的，它是个彩色。那我这个符号让你看看吧。符号也是，现在就是。

说话人 2 13:39

我告诉你为什么这符号不行。这个符号没有独特性。

说话人 1 13:43

没有独特性啊。

说话人 2 13:44

对，它就是个鸡，然后把那个身体切切分几个，你把这个下面儿鸡公山挡住，没有人会认为它是个鸡公山，它代表你。

说话人 1 13:51

原来设计是这样的。

说话人 2 13:52

它彩色跟白色没有什么区别，甚至彩色还是负分，就它不能代表你，它不独特。您您有这么好的名字，有这么好的积淀，它应该有一个专属于您的符号，这是您过去打那几千万广告里，可能真正没有积累下来的点，名字积累下来了，但是这符号没有。

说话人 1 14:08

符号变了好多次了，这也是最后一次又在变。

说话人 2 14:11

对呀，就说明它就是，就所以我跟您说，在方案之前你得定心。这是这个东西要坚定的要选择一个，然后一直用 100 年。当然这个呢，推荐您考虑一下 600 万的业务，因为您体量在这。

说话人 1 14:24

我要那，我我要能，现在的现在都搞不动了。

说话人 2 14:30

因为您这个，这真的是，这个名字是好名字。

说话人 1 14:32

我刚才给他。我说的，我说的明年能叫茶酒，明年咱能卖一个亿。秒秒。现在是跑不动了。

说话人 2 14:41

好，这样，对于您这个呢，刚才我们已经说了，就是这个名字首先要很好，放大。这是第一放大名，第二呢，符号上用，再用符号再放大一次这个名字，再放大一次，第三，还有一个很关键的就是产品结构，我觉得您现在产品结构可能也没太想清楚。

说话人 1 14:57

根本都不清，乱的很。对。啥好卖都弄啥。

说话人 2 15:00

这个品类啊，我们的品类的定义，我们做哪几个品类？然后每一个品类叫什么名字？这上面写了一个叫，不只有茶香，酒后更。清新。

说话人 1 15:08

因为咱们这个茶酒呢，固态法发酵茶酒，全中国就这一家。泸州老窖去年投了几十个亿，也只搞一个露酒出来，叫明。叫明酿茶酒，他推广了好长，他花了多少钱？但是这一种到现在我们就白酒行业就我们这一家。发了那个认固态法认证发酵证书的，就只能发我们这一个证，没全中国没有第二家。

说话人 2 15:32

就是说或者不管。

说话人 1 15:33

因为咱们信阳毛尖茶嘛，在我们那。是八五星火计划项目，那时候是国有企业，国家给酒厂下达的一个研发任务。从八七八年开始研发。

说话人 2 15:45

所以说其实这个品类来讲，您是有优势的。对吧？您也有这个有可以讲的出来的购买力。

说话人 1 15:50

独一无二，没有第二家。

说话人 2 15:51

对，但是这个要提炼出来。到底要怎么讲？

说话人 1 15:54

正因为独一无二，我现在在卖的，在抖音上卖的才好。

说话人 2 15:57

对，但是这个我觉得。

说话人 1 15:59

都想买了尝尝。

说话人 2 16:00

目前您上面写的这个呢是不够的，就是这话肯定是他他。

说话人 1 16:04

那得听了课以后都觉得我们这啥东西。

说话人 2 16:06

对对对，所以说这个产品结构上能帮助到你们的，首先梳理一下这个品类的定义，我们到底叫什么品类？以及这个我们这个整个这个产品结构的这个规划，以及它的卖点是什么？这话语体系，这很关

键。所以其实我觉得您的课题是非常清楚的，就是我们方案班能给您什么服务呢？首先就是我们是4天的线下课和一次线上访谈。这个访谈的时候，我需要您给我们提供您现在在售所有产品的包装和名字。你线下渠道和线上渠道的。包括您马上要推的新品，我们要了解就是您现在的计划，从中才能知道您到底该干什么。

说话人 1 16:38

可能有100个名字。

说话人 2 16:40

这没关系，我们要先详细了解一遍，我们定一个方向，比方说就您假设说明天真的就打茶油，我们就打这个品类，那基于这个品类之后，我们要在这个品类之上建立品牌，怎么建立？来到线下课第一天，我们课都是上午讲课，下午带你们练。符号上我们会，因为我们这次讲课都是讲的都是方，理论，我们会上午给你们穷尽的方法，就是你说照着填就行了，你们把我们方案提了说以后，我们有那么多方向，我们下午老师会在现场给你们做判断，什么行什么不行，就像我今天告诉你，就那个鸡就不行。我们会现场告诉你什么行什么不行。然后第二天的话呢是话语，就是你们的品牌口号。

说话人 2 17:17

我们到底打什么点？是打茶香，那茶酒，那我茶酒应该怎么讲？这个很关键，这套话题，第三天是产品结构，我们这个茶酒的产品结构应该怎么做？还是说我们整个这个产品结构怎么做？因为你们产品很多，我们要再研究。然后最后一天呢，你们的这个包装，其实我，我觉得你们最关键的媒体有一个是你这个瓶型，就这个，因为做白酒的瓶型很重要，瓶型是个符号，跟可口可乐一样，这个瓶型上是这上面你的信息怎么排列，这也很关键，我们第四天的时候会有那个设计总监在现场。你你有设计师吗？有。那最好带设计师一起来参加方案班。前几天，因为最关键这符号能不能用，要最关键是要放在这个上面看行不行。放到他上，我就放到这上。然后我，你现场设计师他做好以后，他把这个应用到上面，我们现场设计设计同学会帮您调改一下，这很关键。

说话人 2 18:03

然后呢，我们这个方案班四天线下课以后，我们全年有六次的线上的陪访。对于您如果线上持续推新品来讲，这个意义非常重大。你在推广的时候，这个产品的命名，包装设计，产品的口号，这个东西我们会帮你把关。这很关键，这个对您的价值非常大。这是我们方案班能给您提供的价，但是我还是诚恳的建议，其实你的体量可以考虑一下刘伟的。

说话人 1 18:27

哎呀，现在是搞不动了，现在压力太大。老师，咱时间到了。

说话人 2 18:31

对，好，时间到了。

说话人 3 18:32

方案班上也能帮您拿到正确的成果。

说话人 1 18:35

啊对，那现在就先能先把路走正，对吧？

说话人 2 18:40

对，你这个太对了，就是先把路走正，就是。

说话人 1 18:42

不然现在往下走，还是在错误的路上走。

说话人 2 18:44

对，你就是如果不拍这个板，接下来你这个漫无目的的还是会浪费的，还是在浪费。

说话人 1 18:51

哈哈，真是啊，这些年来你要，那要是让让你在讲的，要这些年了一开始要上。你都不知道，那上来都知道了。

说话人 3 19:03

你看文心就是很多年前就。

说话人 1 19:06

他应该在好多年前。对，很多年前。我跟文心这都都很熟。

说话人 3 19:09

信阳毛尖信文心嘛。

说话人 1 19:10

对，那就是你们给他搞的嘛，我给文心的果也很好的。

说话人 2 19:14

那我们差不多。好。

说话人 1 19:16

都这样。好。好。那这那这这也说不了你那了，是吧？都下回在课堂上来你那了。

说话人 3 19:22

对，课堂上直接拿方案。

说话人 2 19:24

具体的时间，然后跟我们这个课程助理联系一下。

周庆— 3989

说话人 1 19:28

好，我的课程助理是哎。木子，她待会会在外面。啊对对对，好，那行。回头见，客人见了啊。

说话人 2 19:34

拜拜。哎这个产品助理。好。

说话人 1 19:38

那就这样子啊。

周庆— 3989

周庆— 3989

周庆— 3989

周庆— 3989

周庆— 3989

周庆— 3989

周庆— 3989

周庆— 3989

周庆— 3989

周庆— 3989

周庆— 3989