Необыкновенный гений

Чтобы воплотить эту мечту в жизнь, Фэн Юй должен был повысить узнаваемость своих брендов. Ему нужен мощный бренд, чтобы контролировать отрасль.

В настоящее время в США есть только два известных китайских бренда. Wind and Rain и Jianlibao!

У брендов Wind and Rain много популярных товаров. Вентиляторы без лопастей, увлажнители воздуха, патенты VCD, DVD и т.д. Бренд известен своей бытовой техникой, и некоторые из его продуктов уже являются лидерами рынка.

Компания Jianlibao в настоящее время является лидером китайской индустрии напитков. Общий объем продаж компании в прошлом году составил более 4 миллиардов юаней, а прибыль - более 400 миллионов юаней. Компания имеет филиалы более чем в десятке стран и продает свою продукцию более чем в 30 странах. Хотя Lehaha догоняет Jianlibao на китайском рынке, она была ограничена только Китаем. Продукция Lehaha продается только на Тайване, в Гонконге и Макао. Они пытались выйти на рынок Японии, но отказались от этой идеи из-за низких продаж. Японцы не хотят покупать их продукцию после того, как узнали, что это китайский бренд. Чжун Цинсянь был расстроен и даже похудел из-за этого.

Jianlibao - лидер в Китае, за ним следуют Lehaha, Le Baishi, Coconut Tree, Zhen Zhen, Rising Sun Group и многие другие бренды. Общий объем продаж этих компаний составил более 3 миллиардов долларов США. Каков был общий объем продаж американских компаний по производству напитков в прошлом году? 10 миллиардов долларов США!

Население Китая составляет 1,2 миллиарда человек, а США - всего 200 миллионов. Разница в потребительских расходах в этих двух странах слишком велика. Фэн Юй всегда хотел вывезти Ле Баши из Китая. В своей предыдущей жизни Ле Баши пытался сделать это, но потерпел неудачу. Во время пика Ле Баши его продажи не превышали 25 миллионов долларов США. Сейчас их дела идут хуже, чем у Цзяньлибао. Даже у "Кокосового дерева" дела идут лучше, чем у них. Если какой-либо напиток может пройти проверку FDA, то у него не будет проблем с прохождением проверок в других странах.

Цзяньлибао удалось пройти проверку FDA и закрепиться в США.

Однако развитие компании "Цзяньлибао" в США уперлось в узкое место. Это было связано в основном с тем, что у Jianlibao был только один напиток, а в США по-прежнему было два гиганта по производству напитков.

У Jianlibao была возможность сотрудничать с Pepsi. Они планировали вместе конкурировать с Coca-Cola, но во время переговоров глава Jianlibao Ли Цзинвэй сказал нечто очень высокомерное. "Pepsi - лидер в международной индустрии напитков. Я представляю Цзяньлибао, чтобы пригласить вас присоединиться к нам и производить нашу продукцию!".

Ли Цзинвэй хотел, чтобы Pepsi стала одним из его подрядчиков!

Ходили слухи, что лицо представителя Pepsi изменилось. Pepsi предложила выгодные условия для этого сотрудничества. Jianlibao поможет Pepsi продвигать свои напитки в Китае и потеснит Coca-Cola. С другой стороны, Pepsi поможет Jianlibao продвигать свои напитки в США.

Это был обмен их рынками, и обе компании оказались в выигрышной ситуации. Но Ли Цзинвэнь был слишком высокомерен и принижал двух гигантов по производству напитков. Это

также было связано с тем, что их продукция ориентирована на разные потребительские сегменты. Продукт Jianlibao - это спортивный напиток, ориентированный на спортсменов. Для Ли Цзинвэня это более здоровый напиток, а Pepsi и Coca-Cola - только безалкогольные напитки. Он считал, что эти безалкогольные напитки не смогут остановить Jianlibao в США.

На начальном этапе внедрение Jianlibao на рынок США проходит гладко. Ведущая китайская компания по производству напитков вышла на американский рынок и преуспела в расширении своей доли рынка в США. Но когда две компании по производству кока-колы поняли, что им не удается проникнуть на китайский рынок, а на их территорию вторглась Jianlibao, они начали подавлять Jianlibao.

Это происходило не только в США. Эти две компании подавляли "Цзяньлибао" во многих других странах. После того, как два производителя напитков совместно выступили против Цзяньлибао, развитие Цзяньлибао за рубежом стало ограниченным.

Как раз когда Цзяньлибао нуждалась в помощи, Фэн Юконт связался с главой американского подразделения Цзяньлибао, Линь Цишу. Цзяньлибао купила целый этаж здания для своей штаб-квартиры в США. Их офис находится недалеко от Эмпайр Стейт Билдинг. Фэн Юй был очень известен в США благодаря газетным репортажам. Когда Лин Цишу позвонил Фэн Юй, он сразу же согласился встретиться с ним.

Фэн Юй встретился с Линь Цишу в комнате для переговоров на верхнем этаже Эмпайр Стейт Билдинг. "Вы господин Фэн?" Газеты не публиковали фотографию Фэн Юя, и Линь Цишу не знал Фэн Юя. Но в зале заседаний был только один человек, и он спросил. Лин Цишу показалось, что перед ним не Фэн Юй, так как он слишком молод.

"Менеджер Линь, приятно познакомиться. Я Фэн Юй".

Линь Цишу узнал голос Фэн Юя и пожал ему руку. Он все еще не мог поверить, что этот молодой человек - Фэн Юй. "Господин Фэн. Приятно познакомиться." "Менеджер Лин, вам интересно, почему я пригласил вас сегодня? Я не буду ходить вокруг да около. Я хочу помочь Цзяньлибао", - с улыбкой сказал Фэн Юй.

Линь Цишу нахмурился. "Что ты имеешь в виду? Цзяньлибао не нуждается в помощи".

Линь Цишу подумал, что Фэн Юй хочет купить долю в Цзяньлибао, а он не согласится. Цзяньлибао - успешное государственное предприятие, и никто из посторонних не может купить долю в нем. "Правда? А почему я слышал, что "Цзяньлибао" отказалась продавать вашу продукцию в крупных сетях супермаркетов?" Фэн Юхад слышал об этом. Выход в крупные сети супермаркетов увеличит продажи и прибыль компании. Если "Цзяньлибао" не сможет войти в супермаркеты, то она никогда не сможет конкурировать с двумя колакомпаниями на рынке США.

Линь Цишу посмотрел на Фэн Юя. Хотя это не было секретом, никто не узнает, если не проведет исследование о Цзяньлибао. Господин Фэн собрал информацию о Цзяньлибао?

"Господин Фэн, вы можете нам помочь? Я должен прояснить ситуацию. Дело не в том, что Цзяньлибао отказано во входе в супермаркеты в США.

Мы все еще ведем переговоры и не договорились об условиях".

Цзяньлибао хотела получить те же условия, что и две компании по производству шоколада. Они хотели, чтобы для них была зарезервирована полка в лучшем месте с привлекающей

внимание вывеской. Но супермаркеты не согласны. Хотя Jianlibao имеет определенную известность бренда в США, для супермаркета он все еще не находится на том же уровне, что и две компании, производящие колу.

Есть еще одна важная причина: у Jianlibao есть только один вид напитка. Как может один напиток занимать целую полку?

"Что если я могу помочь вам получить более привлекательные условия?" Фэн Юй улыбнулся и спросил.

http://tl.rulate.ru/book/12677/2084842