

SO YANG®

绿茶与干邑的第一次结合





- 介绍
 - 酒类的消费趋势是追求心的爽，干指，新质邑出；够式。高现被未影起的人们的避消品的接受的，追放一寻现费质的，是人的们避消品的接受的，追格
- 费清品。查适消于品。使其会积唤品量信
的爽，干指，新质邑出；够式。高现被未影起的人们的避消品的接受的，追格
消费清品。查适消于品。使其会积唤品量信
的爽，干指，新质邑出；够式。高现被未影起的人们的避消品的接受的，追格
酒类的消费趋势是追求心的爽，干指，新质邑出；够式。高现被未影起的人们的避消品的接受的，追格

- **SO YANG®**
- 由干邑制造的专业人员打造，酒精含量为18%vol。干邑与茶两种风味的结合造就了这一款独具匠心的产品。
- 一种特殊的搭配
- 纯天然，值得信赖的**SO YANG®**将品质身份的两种象征融为一体，同时也是中法文化的结合。



- SO YANG®独特的营销方式
- SO YANG®是一种特殊产品，国际市场还未有同类产品的出现。
- 绿茶是很好的卖点
- 茶在世界位居饮品第一（高于水）。茶代表着一种高品质的休闲方式，同时它对身体的益处也是众所周知。
- 干邑是法国奢华尊贵的象征。95%的干邑是向国外出口的。
- 他传达了一种高品质生活方式，是国际性的奢侈品。

- **SO YANG®**包装
- 受国际审美趋势影响，它的包装不同于其他饮品。这也是很好的卖点。
- **SO YANG®**产自法国
- 在康尼亚克地区生产制造，**SO YANG®**目标市场为干邑与绿茶大量销售的地区。销售策略的第一步是让**SO YANG®**为人所熟知。在法国市场，尤其是巴黎，再向海外拓展。



- **SO YANG®**目标人群
- 有健康观念并喜爱高质量产品的人群。当今，消费者想了解并信任他们所引用的产品。高品质的**SO YANG®**诚邀他们一同开拓眼界，感受一种全新的体验。
- **SO YANG®**可负担的奢华
- **SO YANG®**装于时尚的70cl玻璃瓶中，体现了高品质的奢华。高品质是安全的保障，绿茶和干邑分别来自中国的茶乡与法国的康尼亚克，专业制造技术用于产品生产，并使得产品更有竞争力。

- **SO YANG®**描述
- 18%酒精饮品，全天然，不添加任何糖分。
- **SO YANG®**不需与其它饮品混合，即可随时饮用。
- **SO YANG®**清爽，低酒精含量，传统，纯天然，高品质的奢侈品
- **SO YANG®**竞争对手
- 我们的竞争对手是其他酒精饮品，但相较于他们，**SO YANG®**有更多的优势：可以加冰块，冷冻后直接饮用；与其他鸡尾酒混合。适合于一天的任何时候饮用，并使饮者感受到全新的体验。

- **SO YANG®** 饮用方式:
- 单独饮用: 加冰块
- 与其他饮品混合: 香槟, 水, 苏打, 鸡尾酒, 水果, 香料
- 与水果冰沙混合: 梨, 草莓, 覆盆子, 石榴



- 创作团队
- 拥有广阔视野与坚定决心的两位创作者，通过结合他们的市场能力与制酒能力，创造出了一款独一无二的产品，即**SO YANG®**
- **Jacques PETIT** 干邑蒸馏师 自1986年起，他就投身于家族的干邑制造事业。作为一个资深的酿酒专家，他创办了自己的干邑公司，并向法国以及世界其他地方销售他的产品。

- **Claire COATES** 出生于一个连续三代生产干邑的大家族。她从事干邑产业的市场沟通以及担当发言人长达**22**年之久。在此期间，她负责向世界介绍推广干邑产业，让人们了解干邑的生产制造流程以及干邑独特的魅力，从而提高干邑的世界销量。
- 正由于两位创造者浓厚的出身和工作背景，使得他们与康尼亚克地区有紧密的联系，也造就了**SO YANG®**