



张默闻策划集团
2009 China Branding Strategy - Rated a Top One
BRAND EXPERT

动销先动情

乾红早春茶品牌策划纪实

策略准 创意狠 地位稳

张默闻 著

www.zhangmowen.com



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS





动销先动情³

乾红早春茶品牌策划纪实

张默闻 著

策略准 创意狠 地位稳



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书是一部以卖点驱动传奇销量的高含金量的创意策划著作。书中所有案例均为张默闻这厮原创，书中所有的卖点不仅经历了中国市场严苛的检验挑战，更切实地为企业品牌带来了优异的销量战绩，是一部难得的卖点成就品牌的大作。

图书在版编目（CIP）数据

动销先动情：乾红早春茶品牌策划纪实 / 张默闻著.
—北京：机械工业出版社，2015.10（2015.10重印）
ISBN 978-7-111-51768-9

I. ①动… II. ①张… III. ①茶叶-品牌营销-中国
IV. ①F724.782

中国版本图书馆CIP数据核字（2015）第232604号

机械工业出版社（北京市百万庄大街22号 邮政编码100037）

策划编辑：马 佳 责任编辑：马 佳
责任印制：乔 宇 责任校对：张玉琴
保定市中国画美凯印刷有限公司印刷

2015年10月第1版·第2次印刷

180mm×250mm·24.75印张·3插页·474千字

标准书号：ISBN 978-7-111-51768-9

定价：88.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

服务咨询热线：（010）88361066

读者购书热线：（010）68326294

（010）88379203

封面防伪标均为盗版

网络服务

机工官网：www.cmpbook.com

机工官博：weibo.com/cmp1952

教育服务网：www.cmpedu.com

金书网：www.golden-book.com



宣言

我们高高在上盯着对手 / 用高贵的头脑和凶猛的体能把猎物征服 / 我们
渴望创意自由 / 我们不做策划囚徒 / 拒绝热情拒绝战争就滚出我们的阵营 /
因为我们是高贵的创意之鹰！

用尽全身力气

用尽所有资源

用尽全部的爱

为客户的品牌提供深度传播

让中国阅读和收藏客户品牌的传世魅力

——谨以此书献给我尊敬的客户



张默闻连续五年蝉联
中央电视台广告策略顾问

Congratulations to Mr. Zhang Mowen on his 5th reappointment as the
fifth consecutive CCTV advertisement strategy consultant.

CCTV

序一

我和悲鸿有个愿望

听说乾红早春茶要出书，我是非常高兴的。这对于中国茶界和喜欢茶的人以及宜兴这座城市都是一件大事。

乾红早春茶产自宜兴，而宜兴是悲鸿的家，继而也是我的第二个故乡。我喜欢到宜兴来，不仅因为这里有从山间吹下来的清凉的风，风吹起来的阳羡茶香，还因为这里有一位和悲鸿一样秉性的人——汤卓敏女士，她是乾红早春茶的大当家的，也是1800年阳羡贡茶的正宗传人。

汤卓敏女士和我是2013年认识的，在我的印象中，她是一个十分有能力，也很有理想的大女孩，她跟我说她的茶庄，说阳羡贡茶的过去，说乾红早春茶……看得出来，她很想把宜兴的阳羡茶做好，发扬光大。

发挥自己的一技之长，用成绩来报效祖国，我十分欣赏这样志同道合的人。这是悲鸿一直在做的事情，也是我继承悲鸿遗志努力在做的事情。宜兴有深厚的阳羡茶文化与紫砂文化，紫砂在今天许多大师的努力下，地位显著，然而历史更为深厚、渊源更加流长的阳羡贡茶却没有重回昔日之巅峰，但是，乾红早春茶一直以来都十分用心地致力于复兴1800年阳羡贡茶的历史地位，并用感恩耕耘品牌，这一点，让我深受感动，因此，我作了个决定，心里想，即使是悲鸿，也会赞成我的。

2013年年底，我将悲鸿的《醒狮图》的使用权授予乾红早春茶，希望汤卓敏女士带领乾红早春茶建设宜兴、发扬宜兴文化、践行感恩。我是宜兴的儿媳，也是宜兴的女儿，我想让宜兴的阳羡好茶为更多的人所熟知，将阳羡贡茶重归中国好茶名列，期望紫砂与乾红早春茶继续一生，共同代表宜兴，为中国人喜爱，被外国人叫好，这是我的愿望，也是悲鸿的期待。

得知乾红早春茶的专著出版，我要向汤卓敏女士祝贺，这是你带领乾红早春茶成功的

第一步，也要向作者张默闻先生祝贺，得知你是宜兴的女婿我很自豪，你果然很有眼光。

虽然中央美院已经将悲鸿的“尽精微、致广大”作为中央美院的校训，但是我仍然希望乾红也能这样做，把乾红早春茶的品牌做大做强，在茶方面做精，在推广方面做大。这样我会感到非常高兴和欣慰。

乾红早春茶很好喝，很讲究，比普通春茶早 15 天，很好。等书出版要第一时间送我一读，我相信悲鸿也会喜欢的。

A square box containing a calligraphic signature in black ink. The signature is written in a cursive style and appears to read '徐静文' (Xu Jingwen).

徐悲鸿纪念馆馆长

徐悲鸿画院名誉院长

中国书画家联谊会主席

上海海事大学徐悲鸿艺术学院名誉院长

2015 年 6 月 8 日晚于北京

授权书

我同意，宜兴市太华镇乾元茶场所出茶产品宣传及包装中，使用悲鸿先生1935年作品《醒狮图》。



授权人：



2013年3月。

序二

品牌丹心

张默闻这厮委托我为本书作序，说是看重我的忠厚。并且给了两个我必须要写的原因：第一，张翔老师不会随意夸奖人，除非他真的很佩服这个人；第二，张翔老师研究品牌多年，对品牌的评价比较客观。所以，他认为由我评价作序最好。

没想到我被张默闻这厮看得如此明白，让我难以推脱。我只提了一个简单的要求，给邮寄二两乾红早春茶，我要尝尝它的味道，否则，我可写不出来。收到茶叶后，在黄昏的晚风中，在愉悦心情的推动下，我第一次认真地品鉴了乾红早春茶。饮毕，写下了这样一段话，拿来作为本序的开始：“泡茶后，我立即被乾红早春茶所色诱，一口入喉，鼻尖、舌尖、喉尖，三尖融合，嫩味、香味、醇味，三味袭来，很讲究，很好喝，很不同”。

通读书稿，本书由数万字组成，里面的内容可谓丰厚：人物、故事、产品、历史、诗歌、品牌、营销，应有尽有。虽然洋洋洒洒却是脉络清晰。本书讲了六个故事，每个故事既独立，又贯通，通篇洋溢着侠义精神，映射出一片品牌丹心，让人觉得这不仅仅是一个茶叶品牌的故事，还是一部感恩、感人、感动、感念的历史连续剧。

第一个是乾红早春茶和 1800 年阳羡贡茶的血脉传承的故事。

第二个是乾红早春茶传人汤卓敏女士和阳羡茶一代茶叶制作宗师的传承故事。

第三个是乾红早春茶和宜兴紫砂大师以及星云大师的故事。

第四个是乾红早春茶比普通春茶早 15 天的故事。

第五个是徐悲鸿大师和廖静文先生帮扶乾红的跨世故事。

第六个是乾红早春茶和张默闻这厮全案合作的品牌故事。

这六个故事不但折射了乾红早春茶掌门人汤卓敏女士的传承美德，更能感受到这一品牌的感恩精神以及乾红早春茶和紫砂壶这个人类文明符号共生共长的传奇。

一本书，要有历史感，要有故事感，要有文化感，更要有品牌感。这本书都做到了。

这应该是一本对阳羡茶文化、阳羡紫砂文化和阳羡城市文化进行三位一体的详细介绍的书籍，是一本茶叶品牌整合营销传播的案例书，更是一本为中国广告和营销界留下研究阳羡贡茶的重要文献性品牌策划著作。本书对于中国茶叶企业和致力于茶叶品牌策划的创意者都具有积极影响，值得收藏。

我认为，要满足以下五大条件才可以称得上拥有品牌丹心。我认为，乾红早春茶是具备的：

第一，品牌对历史的贡献

乾红早春茶是阳羡贡茶的后裔和传承者。它的出现和成长以及发展是对历史的尊重，对阳羡贡茶文化的发扬，对宜兴这个城市的文化名片的复兴和盘活。它的出现不仅盘活了这 1800 年里和宜兴有渊源的文人骚客，更是将徐悲鸿和廖静文这对艺术大家的高尚情操推向了新的高度。乾红早春茶的崛起，是宜兴茶文化的崛起，更是宜兴人文精神的崛起，这个品牌对历史是有贡献的。一片品牌丹心跃然纸上。

第二，品牌对顾客贡献

乾红早春茶占据了太多的天时、地利、人和，拥有了太多的世间宠爱。乾红早春茶的原生环境之美，感恩情怀之美，紫砂文化之美，制作讲究之美，极致好喝之美，富硒健康之美，早采 15 天之美，无不是对顾客的极大敬意。古代陆羽将乾红早春茶送进皇宫，今日乾红早春茶将自己送与百姓，这等平等之美，这等和谐之意，会使每一位爱茶的人心生感动并因此而满怀谢意。一片品牌丹心跃然纸上。

第三，品牌对行业的贡献

乾红早春茶是公认的有着 1800 年历史的尊贵的贡茶。它的营销实践为中华老字号开辟了茶叶文化营销和感恩营销的范本，对中国茶行业产生了积极的、深远的影响。现在的乾红早春茶已经稳坐宜兴第一品牌，正在迅速地向全国市场发起冲击，它将成为一匹黑马，在 1800 年后，让阳羡贡茶再度焕发魅力。中国茶行业正在进行艰难的发展和变革，此时乾红营销模式的公布无疑是振奋人心的。一片品牌丹心跃然纸上。

第四，品牌对城市的贡献

乾红早春茶的策划和创意确实让人耳目一新。乾红早春茶和紫砂大师的联合，乾红早春茶和宜兴茶文化的联合，乾红早春茶和宜兴历史文化名人的联合，乾红早春茶和中国陶

都概念的联合，使乾红早春茶和宜兴这个城市紧紧地联系在一起，构成了紫砂是第一张名片、乾红早春茶为第二张名片的壶茶一体的双赢局面。从此宜兴这个城市变得鲜活起来，不再是有壶无茶的孤单。一片品牌丹心跃然纸上。

第五，品牌对创意的贡献

我和张默闻都是中国中央电视台的广告策略顾问，我深知他的智慧和能力。通过乾红早春茶的全案策划和创意，我感受到了他身上的另外一种力量——情感营销的力量。这在品牌策划和创意方面非常珍贵。我非常赞赏张默闻这厮的创意能力和他那魔鬼般的文案，他为乾红早春茶成功复活立下了汗马功劳，也为中国茶的品牌策划创意找到了最佳出口。一片品牌丹心跃然纸上。

品牌丹心照苍穹 盛世名茶数乾红

茶，要好喝；茶故事，要好听；茶老板，要有情怀。这些乾红早春茶都具备。乾红早春茶是有品牌丹心的，它虽然来自山野，却入得了帝王之门；它虽然荣耀千年，却经得起岁月沉淀。好在，一切都来得及，都在。我为乾红早春茶高兴，高兴的是这个品牌被交到了汤卓敏女士的手里，它有了希望；高兴的是这个品牌被交到了李允中先生的手里，它有了灵魂。最重要的是他们让乾红早春茶有了品牌丹心，这才是它最大的福气。

我和张默闻这厮说了，每年我都要喝乾红早春茶。他说，现在“风声紧”，每年保证供应我二两乾红早春茶，让我尝尝就好。这个小气鬼，我也没有办法，序都交给他了，由他去吧。难怪《广告人》主编穆虹老师说，张默闻，是个坏小子。但是她又说，放心，他给你的茶肯定比二两多。

最后祝福乾红早春茶大卖！张默闻这厮，乾红早春茶，北京有卖吗？



国家广告研究院副院长

中国传媒大学广告学院教授

2015年7月11日于国家广告研究院

推荐序

砂壶泡乾红 不酒亦醉人

“茶因壶而香，壶因茶而响”。紫砂壶，作为宜兴的一张靓丽城市名片，是中华艺术瑰宝里最璀璨的瑰宝之一，从古至今受到世人的追捧，扬名中外。正如赵朴初先生所说：“七碗受至味，一壶得真趣，空持百千偈，不如吃茶去”。乾红早春茶，作为宜兴红茶中的佼佼者，可谓距今有一千八百年阳羡贡茶的传世血脉和中国早春茶独具特色的品牌，以其汤色金黄剔透、滋味醇厚甘甜的特点而深受中华儿女喜爱。

紫砂大师和紫砂界人都很喜欢乾红早春茶，主要有四个原因：第一，乾红早春茶的出现为紫砂壶找到了千年难觅的知音；第二，乾红早春茶匠心工艺和紫砂大师的艺术天赋完全融合；第三，乾红早春茶与宜兴紫砂界的心灵契合；第四，乾红早春茶坚持古法炒制、诚信为上的质量品质。这是我们陶都的福气。所以，紫砂大师汪寅仙将自己手书张默闻提出的“中国陶都 陶醉中国 宜兴乾红 宜泡而红”的匾额送给乾红董事长汤卓敏女士，表达了紫砂业界对乾红早春茶的喜爱与肯定，同时，这一理念已然成为乾红和紫砂亲密关系的有力诠释。

在乾红早春茶《一路领鲜——乾红早春茶领鲜上市活动》新闻发布会现场，宜兴陶瓷行业协会与乾红早春茶正式达成战略合作关系，并现场签署了战略合作备忘录。紫砂界的大师们为乾红早春茶量身定制了一系列赏、用、藏皆具的乾红感恩壶，推出了8位紫砂大师设计的紫砂罐，携手乾红献艺中国宜兴国际陶瓷文化艺术节和慈善事业。乾红早春茶和宜兴紫砂界珠联璧合，将会唱响一曲宜兴茶文化、紫砂文化的凯歌。

紫砂壶与乾红早春茶，都是源于泥土的馈赠，是一种始于根脉的惺惺相惜，是一种深植于民族信仰的文化默契。懂壶之人必懂好茶，懂茶之人必恋好壶，茶与紫砂相生相伴，相映成趣，相生相辉，因此“砂壶泡乾红，不酒亦醉人”。我深信：乾红将不负茶人期望，不负宜兴紫砂界大师的祈盼，把“阳羡贡茶”传承好，让乾红早春茶登上中国名茶宝座。我很喜欢这本书的书名《动销先动情——乾红早春茶品牌策划纪实》，不仅点出了乾红早春茶销量领先的动销奥秘，而且点出了感恩的动情之美。我与作者默闻谋过面，很不错的

营销策划大师，难得他有心为宜兴的紫砂和茶叶写了一首动听的赞美诗。《动销先动情——乾红早春茶品牌策划纪实》必定被读者热捧。“明窗倾紫盏，色味两奇绝”，愿乾红早春茶续写宜兴茶的传奇故事和精彩华章。

A stylized handwritten signature in black ink, consisting of the characters '钟' and '生' (Zhong Sheng) written in a cursive, flowing style.

中国陶瓷工业协会副理事长
江苏省陶瓷行业协会常务副会长
宜兴市陶瓷行业协会会长
宜兴市茶文化促进会副会长

2015年7月18日

序三

人生，没有如果只有因果

听说默闻为乾红早春茶写书，并且该书将成为一本茶叶品牌的巨著，我心中小有得意，主要是基于两点：第一，突然觉得我的茶有了故事，有了基因，有了传承；第二，默闻老弟还是挺靠谱的，他在把乾红早春茶拼命地往世界推。

我只是乾红早春茶的做茶人

从与茶结缘，到学茶、做茶、懂茶、痴茶，茶，这个字对于我来说拥有了特别的意义和特别的寄托。一不小心与茶结缘，一不小心拥有了一座美丽的茶庄，并在这片神奇的土地上种植出感动中国的红茶，因此也一不小心感觉我是这世上最幸福的人、最快乐的人。我一直在问自己，我李允中何德何能，老天让我拥有这么丰厚的福报。最后我找到了原因，原来一切都是最好的安排。做茶，做好茶，让更多的人享受好茶，并在茶里得到快乐，这就是我的使命。

岁月如梭，春去春来，这几年我几乎生活在世间的边缘；在茶庄的深处，我与鸟兽为伍，与草木同生。内心历经无数次纠结、无数次彷徨；也有过无数次思考，无数次研究；苦过累过孤单过，笑过酸过寂寞过。我在承受一般人承受不了的压力，但从来没放弃过自己的信念，原因很简单，就是要将乾红早春茶做到中国红茶的巅峰，让有着1800年历史的阳羡贡茶再度披上荣光。

我很爱我们家，更爱汤司令

很多朋友都劝我，别这么折腾，人生就短短几十年，活得轻松点儿多好。说我已经拥有天仙般的夫人、粉雕玉琢般的儿女和仙境般的茶庄，知足就好。我也想，可是我不能，因为使命在肩，无法后退。

茶，是有生命的。它知冷暖，它懂情调，它爱君子，它喜优雅。爱茶的人都是生活的角。每次品茶都是一次茶与人心灵的对话，而我更愿意做那背后的端茶人，所以我才扬鞭策马不问前程，卧薪尝胆为育好茶。为了创业、为了品牌、为了传承，我有过很多疯狂举动，这些举动给家人带来了很多的负担和压力，特别是我家夫人人称汤司令的汤卓敏女士。她睿智、她豪爽、她善良、她勤奋，她一直是乾红早春茶最坚实的后盾。我不会对她说什么甜言蜜语，但她的付出我将铭记终生，乾红早春茶将成为她和我的传奇。

我从内心很感激老叶在上半场对我的帮助

2012年，当我们承受着所有压力开始与叶茂中合作的时候，朋友问汤司令为什么支持我？她的一句话让我铭记终生。她说：“将来能不能成功是个未知数，但如果我不支持，我老公会遗憾终生的。”作为一个男人，我为拥有这样一位贤德的夫人而自豪。与叶茂中闲谈中，他问我：“你想干什么？”他认为，在宜兴这么个小地方，我又是做茶的“老农民”，找他做策划，简直是天方夜谭，就是个疯子。我回答得很干脆：“我想挣钱。”他又问：“挣了钱以后呢？”我说：天地给了我们太多的恩泽和福报，我无以为报，我想把代表宜兴的有着1800年历史的乾红早春茶做成新的传世品牌，让更多的人能够喝到好茶，我的理想就到这里。”叶茂中深受感染，才有了今天乾红早春茶的文化精神——感恩天，感恩地，感恩您。这也将成为我们品牌永恒的主题。我从内心很感激老叶在上半场对我的帮助。

张默闻真心真意掏心掏肺把乾红当成了他自己的事业在做

人生都是充满戏剧性的。默闻兄弟是宜兴的女婿，是北有叶茂中、南有张默闻的主角之一，也是乾红早春茶下半场的策划人。两年合作下来，我们从客户关系变成了一生的兄弟。他的策划能力炉火纯青，战略战术战斗力，品行品德品鉴力皆有超人高度。他的拼劲更让我感动，虽然我并不是一个容易被感动的人。张默闻真心真意掏心掏肺把乾红当成了他自己的事业在做。

正因为有了默闻的努力，才有了在感恩旗帜下的品牌新张力：

首先，他提出了“中国陶都 陶醉中国 宜兴乾红 宜泡而红”的品牌形象诉求，一步就将乾红早春茶的品牌和宜兴的城市形象融合起来，使乾红早春茶成为宜兴的一张新名片。

其次，他提出的会议营销主题“您待乾红恩重如山 乾红许您一世春天”的概念已经成为乾红永久性的会议诉求，让乾红早春茶在逆境中的销量有了巨大增幅，获得了代理商的全情拥护。

最后，他提出的“感恩生命中的每一位恩人”的品牌广告语和“感恩天，感恩地，感恩您”的品牌诉求遥相呼应，并全面升级。现在乾红早春茶拥有了更多的粉丝并获得了和宜兴紫砂大师的全面联合的机会，一茶一壶，美誉宜兴，流传中国。

默闻厉害的地方在于他的脑袋，他在一分钟内创意出了“中国茶邦”这个组织，现在该组织已经成长为中国茶叶行业的民间的茶人平台，对推动中国茶文化起到举足轻重的作用，这是一般策划人做不到的。我不想用太多的词语来形容他，因为兄弟的感情是无法用语言来表达的。在这里，只希望他把自己的身体当回事，努力工作的同时也要注意休息。

您待乾红恩重如山 乾红许您一世春天

再说回茶。在这里，不必去追溯茶的历史以及茶承载的文化和文明。在我看来：茶，是这个世间超凡脱俗的精灵，受天地灵气的熏陶，历千年五行的锤炼，保芸芸众生的平安。与茶结缘的人都是有福之人。茶使我重生，而做好茶、奉好茶是我此生最大的心愿，多年寻找的答案，在瞬间领悟。

茶，给了我太多，教会我认真、坚强，教会我宽容、善良，教会我敬畏自然，教会我逆境生存，让我领悟到茶文化的真正内涵，就是倡导健康的生活态度和自然的生活方式。茶，告诉我必须永远拥有一颗平和、善良、宽容的心，更让我明白：人生没有如果，只有因果。我与叶茂中和张默闻相遇都是最好的安排，他们一个是天才，一个是怪才；一个是英雄，一个是大侠，都是我此生的贵人。

您待乾红恩重如山 乾红许您一世春天，本书就要出版，是为序。

在这里，在因果里，我期待，爱永在。

A stylized calligraphic signature in black ink, consisting of three main characters '李红' (Li Hong) followed by a long vertical stroke.

乾红早春茶工艺大师

2015年6月26日写于江苏宜兴