



椰树树精

王光兴热衷擦边套路屡教不改

日前，椰树集团又开始“作妖”，发布了一则招聘启事：招正副总经理学员，本科生、硕士生、博士生年薪分别为16.8万元、25.5万元、33.6万元。毕业后包工作，升任集团副总后年薪108万元，有贡献奖励600万元海景房、奖励1000万元别墅、奖励分红股权。

招聘一出，立即在网上引发热议。有人就此在微博建了一个话题，吸引119家媒体讨论，网友的阅读次数超过2亿。

“椰树在前两年发布过几乎一模一样的招聘，就连年薪108万元都一样。”有网友揣测，对椰树来说，或许招人是次要的，不花钱就做个广告上热搜，才最重要。

要实惠不要面子

椰树集团真正的高明之处，还在于擦边营销这么多年，始终没让人抓到致命的把柄。过往事迹证明，在玩文字游戏上，椰树集团很擅长。

比如，椰树集团一直想把椰汁的功效跟丰胸挂钩，但椰汁其实没有丰胸功效，但难免引人联想。再比如，这次的招聘启事已经连挂三年，三年都没被网友骂下来，也是因为人家真的在招聘，虽然里面的“水分”人云亦云。

根据椰树集团2021年发布的一份报告，招聘启事的点击量达3.8亿人次，报名人数953人，其中博士生10人、硕士生292人、本科生651人，最终择优录取约20人。当然，录取了也不代表108万元的高薪就是你的。正如有网友所言：“业绩怎么样还不是人家说了算，完不成就是能力不足。”

但是，只要公司录取了人，哪怕只有一个，就不能说是“狼来了”。或许正是在这种小细节上格外注意措辞，椰树集团的这种夸大式宣传，才没有彻底翻跟头，反而名气一年赛过一年，到如今已经自带热搜。

能靠着“擦边”，以小金额代价，刷出极高的存在感，不得不说，椰树集团在营销上确实有两把刷子。然而，一个民众心目中的好品牌，就像能名留青史的人，品学双优。显然，走各种擦边路线的椰树，还不具备“配享太庙”的资格。椰树集团不可能不知道这一点，或许是人家并不在意。从王光兴的经历看，他是一个能顶住争议，要实惠不重面子的人。

刚到椰树集团的时候，他就用铁血手腕开除了不服管的几个人，又在制度上打破“铁工资”，将车间拆分为9个厂，自负盈亏。当时，不少员工用写信、堵截方式反抗，但王光兴压根不管。后来有团队研发出新品天然椰汁，王光兴兑现30万元奖金。那时多数员工工资都不到100元，有员工直接跟上面举报，王光兴的应对更霸道，将“30万元科技奖该不该发”的问题见诸报端，并大获全胜。

这种风格也延续到了后来王光兴对椰树椰汁的包装上，他曾直言“我们创作的椰树椰汁一系列广告都属于直白告知性”。

或许对王光兴来说，低俗、土味的争议，他并不在乎，网友骂得起劲儿才好，有争议就有关注，有关注就有流量，有流量就能挣钱，而挣到钱，才是他最在乎的。

常在河边走哪有不湿鞋，把希望寄托在侥幸上，谁能保证就能永远不烧身呢？王光兴曾定下的目标是，2020年前完成100亿元产值，但据公开消息，椰树集团至少7年的产值卡在40亿元左右。

据新浪网

纵深

椰树需要新“解药”

近年来，凭借“土味”“低俗”和“擦边营销”，椰树集团屡屡登上热搜，在享受到流量红利的同时也多次被相关部门处罚，并引起人民日报、央视网等媒体点评，直指“椰树无底线”“低俗广告界的‘老油条’”等。

尽管被多方诟病，但尝到甜头的椰树集团却在这条路上越走越远，陷入了一边被批评处罚，一边“屡教不改”的循环中，甚至把因广告风波带来的品牌曝光写进了集团喜报。

“椰树集团的营销模式还是以吸流量、吸眼球为主。”食品产业分析师朱丹蓬认为，椰树近几年已经显现出创新不足、渠道投入不够的劣势，越来越露骨的广告只能博得一时眼球，并不能帮助企业走出困境。在产品方面，多年以来椰树集团以椰树牌椰汁为主打产品。根据椰树集团官网信息，目前集团的产品包括椰汁、水、茶饮料、果汁等。但对于消费者而言，除椰汁外，对椰树的其它产品认知普遍较低。目前所有植物蛋白饮料的渠道已经重叠。在北方，品牌多依靠节日庆典促消费，在南方，则依靠于餐饮渠道。但随着这些主要渠道的消费能力接近天花板，头部企业的发展也就陷入了瓶颈期。

互联网分析师张书乐表示，简单粗暴的营销方式，能够让椰树的存在感迅速增强，这和娱乐明星用绯闻上头条来刷存在感的逻辑雷同。“由于缺乏产品创新和迭代，又想越来越多的同类产品特别是新式茶饮中获得一席之地，椰树也就唯有出此下策了。”

据36氪新媒体

高薪招聘引热议

年薪108万元，奖励600万元海景房，奖励1000万元别墅……对于椰树集团这次上热搜，大家还是非常佩服的。无论是网友还是媒体，都对椰树集团这张似乎要用一辈子的美工图，表示了友好态度：“招不招聘的先不说，熟悉的广告又回来了。”“依然是熟悉的街边电线杆广告画风。”“阿椰，你可千万别换包装啊，别换。”

有些相中了这份工作的网友，便开始热问：是不是只招应届毕业生？工作地点是不是只有海南？会计专业去年毕业的可以吗……

有些网友则站出来泼冷水：28岁以下的博士有几个？年薪是挺高，考核条件呢？怎么才算达到标准？有媒体甚至关注到招聘限制员工28岁，是不是违反劳动法。

不怪网友心眼多，椰树集团这张如同电线杆上“重金求子”的广告，实在是说得太含糊。眼尖的网友发现，招聘图片中，用小字写着“年薪兑现按企业考核方案为准”。

椰树集团的回应，也证实了这一点。有媒体报道称，该集团韩女士表示，录取后会安排相应的住房和代步工具，不过肯定有考核标准，不是每个人、每个月能固定拿到那么多钱，“我们招50个，也要看有没有这么多人能符合要求，实际上每期都招不到这么多人。”换句话说，我给的钱是多，但达到要求的可不多。而需要达到什么样的要求，解释权则归集团所有。

这样的招聘的确椰树集团能干出来的。2021年，椰树集团就在招正副总经理，放出话来：入学就有车有房有高薪，“肯定有美女帅哥追”。结果被相关部门约谈了，且因“妨碍社会公共秩序或违背社会良好风尚”被罚款40万元。但到了2022年，同样的招聘又被放了出来，只是删掉了“肯定有美女帅哥追”字眼。

这让人不禁怀疑，椰树集团年年招正副总经理，不知道它到底有多大的业务，需要去开拓？而之所以沿用老配方，一张美工图用一辈子，是因为它好使。

据椰树集团2022年初发的一则喜报，其2021年销量实现了逆势增长，比2020年增长了16.82%。而其中的一部分要归功于2021年那则招聘启事，大胆的用词虽引起了风波，还被罚了钱，但引发网友关注，让“椰树”品牌知名度迅速提升，销量大涨。40万元的罚款能达到这样的广告效果，自然是一门好生意，当然值得继承。

擦边营销屡出圈

椰树集团在营销上的功力，一直都挺强。而这，则要归功于公司的老董事长王光兴。

王光兴，出生于1940年，因家境贫困，初中毕业后就开始工作，做过美工、文书，或许这也成了他后来亲自操刀设计公司产品外包装的自信来源。

此外，王光兴还颇有救火队队长的潜质，先后挽救过两家公司。所以，当海口罐头厂（椰树集团的前身）濒临破产之时，被人当“救世主”请了过去。当时，海口罐头厂已连年亏损，换了4任厂长都不管用，而王光兴之所以能在3年内，带着公司逆境翻盘，靠的就是他的管理手腕和营销才能。

他一面将难管的工人开除，一面又重用人才，重奖重罚。椰树集团后来的拳头产品，天然椰汁就是重赏之下研发出的新品，王光兴给研发人员的奖金就有30万元，这在20世纪90年代可是一笔巨款。

光有产品还不够，还得卖出去。1991年，王光兴带着他的椰子汁，在人民大会堂开了一场新闻发布会，名声大噪。

王光兴的营销才能并不止于此，他开始在椰汁的外包装上做文章。起初，椰汁的包装走的是小清新路线，只是突出了“天然椰汁”，由专门的设计团队设计，还得过“中国专利优秀奖”。可这并不符合王光兴的审美。在他看来，广告营销最终追求的是销售力，要能让消费者最快速、方便地接收产品信息，所以做广告时，最好产品要有特写，配音要清晰，字幕要足够大。这种简单、粗暴、直接的风格在椰汁外包装上，体现得淋漓尽致。

椰树集团十分推崇“性感”，或许是因为主要消费对象是女性，它便在宣传上主打肤白、貌美、大胸，拍宣传片也是找几个大胸美女一边爬树或奔跑一边抖胸，不知道还以为

是内衣广告。椰树集团擦边营销的行为，也受到了相关部门多次处罚。不过，椰树集团数十年如一日的“骚操作”，居然成为一道独特记忆，也带来了不错的销量。



椰树集团微博