



时尚消费带动潮流新年味

■资讯

达能2018年 电商业务突出

2月19日,达能发布了2018年全年业绩报告。报表显示,达能2018年全年销售收入为247亿欧元,基于“新达能同比”增长2.9%,旗下的全部业务均对去年的增长做出了贡献。在2018年,经常性营业利润为36亿欧元,经常性营业利润率增加51个基点至14.45%;随着经常性营业利润的增长,达能去年的自由现金流高达22亿欧元,比2017年时增长7.1%。

达能董事会主席兼首席执行官范易谋表示:“通过不断调整工作方式和提升效率,我们在面对不断变化的环境时做出了及时有效的应对,比如我们的创新步伐显著提速,对2018年总销售收入的贡献达到四分之一,而两年前这一贡献只有16%,另外我们电子商务业务的销售收入在去年取得了40%的增长。”

具体来看,在2018年,达能专业营养品业务的净销售收入同比增长5.9%。在2018年第四季度,该业务板块在中国官方渠道的销售实现了强劲的增长,在母婴店等最具活力的销售渠道不断扩大市场份额。另一方面,受到间接销售渠道销量下滑的影响,生命早期营养品业务整体增长出现调整。青年报 王娟

将旅行和时尚 同时收入囊中

近日,旅行箱品牌Echolac(爱可乐)携手华裔设计师张鲁津的wonted品牌,登上纽约时装周的大秀舞台。据介绍,此次双方以“Balance”为主题,取平衡之意,设计师以天平为灵感,将剪裁与面料平均划分,作品用不同面料、材质排列组合,希望以平衡的态度创造出和谐的作品。

作为世界顶级四大时装周之一,纽约时装周每年都会吸引众多目光。此次众多先锋旅行家使用的ECHOLAC也和纽约潮牌UNWONTED一同亮相了今年的纽约时装周。此次展示的爱可乐王朝系列和将军系列,都给业界带来了旅行箱的全新定义。而模特展示的定制款旅行箱,整体风格简约,将旅行与时尚同时收入囊中。据悉,这已经不是ECHOLAC和纽约的第一次亲密接触了,在2018年8月,ECHOLAC就携手天猫,带着新款旅行箱登上纽约时代广场的大屏幕。而今年,ECHOLAC和纽约的缘分又更深了一步。

青年报 姜卓



金猪贺岁,欢乐祥瑞。2019年的农历新年在元宵节团团圆圆的喜庆氛围中进入了尾声。吃汤圆蘸醋、跨境网购、二手交易、旅行中拍下“年味大片”……2019年的春节,追求美好生活的人们有了越来越多的时尚选择。青年报 姜卓



跨境GO和跨境购继续热门

多国签证便利、海外春节活动,以及大众出游时代期待走得更远,猪年春节,越来越多的家庭团聚在海外。近日,驴妈妈旅游网发布《猪年春节出游总结报告》,报告显示,春节出境游人次同比2018年增长三成。从出发日期来看,43%的游客选择错峰出游,即除夕前一周或春节后半段拼假出游,人次少而且性价比更高。

从目的地来看,泰国、日本、中国香港、新加坡、越南、印尼、毛里求斯、意大利、澳大利亚、法国成为春节出境游十大热门。其中,泰国落地签免费、日本多次签条件放宽,一二线城市家庭游客、多次出游游客从预订到出发时间,相比往年有大幅缩短。而部分小众目的地也颇受青睐,如到日本岩手县安比高原滑雪、爱媛县泡汤观光等。

长线出游中,受反季节避寒、亲子游学等影响,澳大利亚、新西兰等地增幅较大。西班牙、丹麦等传统目的地国家纷纷举办各种丰富的活动,如西班牙马德里中国庙会、专场音乐会等;丹麦哥本哈根商业街举办“福”字购物节活动,分发红包等,在

出游中也颇受国人肯定。报告显示,猪年春节期间,8天以上的出境长线出游人次同比增长23%。

没有外出旅行,而是选择留守在家过年的人,依然可以选择通过网购走出国门。近日,国际网购平台亚马逊海外购发布春节消费数据,盘点了春节期间跨境网购消费趋势。亚马逊中国数据显示,在传统主要关注走亲访友或休闲旅行的春节黄金周期间,海外购的销售额呈现了明显的增长态势。2017、2018及2019连续三年春节黄金周期间(农历除夕到大年初六),海外购销售额均比上一年春节黄金周同期实现了双位数的百分比增长,2019年黄金周销售额相较前一周更实现了超过60%的增长。

在春节黄金周期间,根据亚马逊海外购销量显示,个护小家电、美妆、服装服饰、母婴、家居等围绕吃穿用度的品类成为最受海外购用户欢迎的五大跨境年货品类。值得关注的是,美妆类产品在今年春节黄金周期间脱颖而出。其中,品牌面部护理套装、专业类彩妆、洁面仪设备均进入畅销榜单。

二手交易成春节消费新亮点

在消费多样性的背景下,二手交易已成为用户发挥闲置物品价值、提升生活品质的重要选择。今年春节期间,在旅行、网购等消费红火的同时,二手交易也成为新年期间新的消费亮点。近日,转转二手交易网的统计数据显示,2019年春节期间,平台整体流量同比增长64%,其中小程序端春节期间的流量同比增长657%。

数据显示,和2018年春节相比,今年小长假期间平台的二手手机、图书等交易量均出现较大幅度增长,其中手机交易量同比增长80%。

从流量看,今年春节期间,小程序端的流量增长尤为迅猛。平台数据显示,小程序端流量较2018年春节假期相比同比增长达到了657%。

流量、新增用户快速增长的同时,二手手机、图书等业务在今年春节假期也迎来了较大幅度的增长。数据显示,从1月底至2月初,受春节假期临近影响,二手交易出现了一定程度的放缓,但从2月3日迎来春节假期开始,平台的手机、图书等品

类的交易量均出现明显上涨趋势。其中手机交易量较2018年春节假期同比增长80%,二手图书的交易量同比增速达到了411%。

2018年,中国手机市场的新机总销量接近4亿部,从整体看增速已明显放缓。相比之下,中国的二手手机行业在这一年获得较快发展。和新机市场苹果手机表现疲软、国产手机崛起相比,在中国的二手手机市场中,苹果品牌及iPhone各主流机型仍然最受消费者欢迎。转转年度交易数据显示,2018年苹果是平台内销量最好的二手手机品牌,其次才是小米、华为,以及OV等国产品牌。从年度交易的二手手机机型看,转转平台交易量最好的机型TOP5也清一色都是苹果手机。

而春节假期期间的二手手机交易中,苹果手机仍然是一枝独秀。即便是苹果在中国的经销商大幅降价带动了新机的春节销量,但相比新机型,用户可以用最低至新品一半的价格,在转转上买到同等使用功能的准新机,仍极具性价比。

元宵节南北饮食依旧有别

吃汤圆蘸酱油还是蘸醋?

每逢佳节,南北饮食习惯总要上一波热搜,今年也没有例外。汤圆蘸醋,成为北方吃播界新潮流。

日前,苏宁发布元宵节大数据,2月15日至18日,汤圆销量同比增长2586%,南、北方地区分别占比58%和42%。购买汤圆的同时还购买醋的消费者占比11%。

黑芝麻夺得东北大佬爷们的欢心,同比增长2685%,华北地区人民最爱豆沙味,销量增长1563%。

江浙沪地区最“花心”,包含黑芝麻、山楂、紫薯等多口味的组合装销量最佳,同比增长1169%。酒酿圆子也备受江浙沪消费者的青睐。广东福建地

区销量最佳的汤圆口味是紫薯,同比增长2918%。比起大汤圆,个头较小的迷你汤圆更符合该地域饮食习惯。

有意思的是,榴莲汤圆作为元宵节黑暗料理绝对黑马。2月15日至18日,销量同比增长3216%。

元宵与火锅可以得兼。今年元宵节,用元宵或者汤圆取代粉丝,成为年轻人过节的新风尚。2月15日至18日,苏宁平台电火锅销量同比增长280.65%。

猜灯谜、挂花灯等传统元宵节目依旧在线,DIY花灯甚至成为了众多中小学校的开学第一课。数据显示,2月15日至18日,元宵节DIY灯笼销量同比增长469%,南京、北京、上海小朋友最爱挂“猪鼻”。

一本旅行读物中看遍夜景中国

在新年节日的旅行中,那些让你流连忘返的景色,你会如何留住。近日,一本以手机城市夜拍为主题的旅行读物《夜·中国》推出。据悉,这本读物由京东、一加手机联合推出“旅行圣经”之名的孤独星球共同推出,甄选收入中国13城地标夜景,以“灯火”“市井”“古迹”“归人”四大主题展现作品,并附以夜拍地点介绍和手机拍照技巧。

近年来,智能手机的普及和AI技术带来了手机摄影的需求增长。CNNIC数据,截至2018年,中国手机网民规模已达7.88亿。《IDC手机行业白皮书:“视

界革命》指出,视觉应用是手机AI应用中最主要的诉求,当消费者购买手机时,51%的用户考虑拍照效果。

一加手机创意总监曾熙称,针对相机而言,手机摄影在很多方面有着无可比拟的优势,在旅行与生活中成为主流方式。希望此次跨界合作能赋予手机更多柔性价值,让手机的拍摄体验具备更加丰富的可能。让每个人都可以记录夜间的精彩,创造自己的美好。“我们希望通过三方合作的这本手机城市夜拍指南,让每一位手机用户都能够参与到手机夜拍的艺术中来”。