

零食行业战略转型 主打高端牌

伴随大消费的盛行,休闲食品行业迎来快速增长。而零食品牌企业,也在多样化、多场景、高品质以及高频次的消费诉求的驱动下,重新调整自身企业的发展战略与经营策略,进行经营模式迭代与深化,纷纷构建适合企业自身升级的零食产业生态发展图谱,以求在这3万亿的市场中掘金。

青年报 王娟



■ 资讯

“爱将永恒”上海个展开幕

3月7日,“草间弥生:爱的一切终将永恒”特展在上海复星艺术中心正式开幕。这是草间弥生继2013年在上海当代艺术馆举办首个中国大型展览后第二次来到上海举办个展。此次展览由草间弥生为上海复星艺术中心“量身定制”,呈现的42件作品除了再现草间弥生标志性的南瓜、镜屋、波点等元素外,还包括了专门为此次展览特别制作的大型沉浸式、多反射场域装置作品。

室内展览从复星艺术中心的二楼开始。观众将首先进入一条镶有凸面镜的蜿蜒长廊。每一个凸面镜代表一个波点,镜中同时映照出观者、建筑外观和周边装置。三楼展厅展出的是草间弥生的花卉雕塑和绘画作品。

青年报 于诗婕

兴化携程联手力推“菜花节”

3月6日下午,2019中国·兴化千垛菜花旅游节在沪推介。据悉,今年的兴化千垛菜花旅游节将于3月26日至5月8日期间举行,届时将上演内容丰富的旅游节庆活动。

兴化有着丰饶的绿色生态旅游资源,是里下河地区富有水乡特色的生态旅游城市,文旅资源十分丰富,旅游发展潜力巨大。

老传承,新形式。兴化千垛菜花旅游节历经十年打造,已经成为一张靓丽的名片。旅游节期间,将全方位多角度地融合展现兴化深厚的文化底蕴和浓郁的人文氛围。金东门老街民俗非遗展演、里下河民歌大会等活动充分彰显本土民俗文化的魅力,沙沟彩妆游走灯会、刘泽休闲渔乐节带领游客领略兴化独特的渔文化。第三届中国·兴化花海森林国际半程马拉松、第十一届全国象棋锦标赛(个人甲组)、千垛动力三角翼低空飞行等体育活动则为满足了不同群体、不同年龄层次群众的体育休闲需求。

当天,兴化与携程旅行网正式签署战略合作协议。

青年报 于诗婕

巴黎水亮相“设计上海”展

3月6日,Perrier巴黎水三度携手2019“设计上海”展亮相。本次成为展会长期合作伙伴的Perrier巴黎水,契合本届“敢于创变,璀璨启程”的核心理念,特别设立Perrier Space Art'venture展厅,以星际冒险的概念为所有设计爱好者及观展者带来神秘探索的乐趣,与设计上海“共同开启新篇章”。

青年报 王娟

企业战略大转型

据悉,良品铺子、三只松鼠、百草味,是随着电商和互联网传播而崛起的三大零食品牌。近日,良品铺子发布“高端零食”战略并宣布签约吴亦凡作为其即将发布的高端产品的代言人。

良品铺子董事长杨红春表示,高端零食是对企业战略的提炼,因为其既满足了消费者期待个性化,又实现了消费者自我认同的需求。百草味则宣布签约易烊千玺为其品牌代言人。在代言人选择方面,良品铺子和百草味的对垒火药味已经十分明显。据了解,此前百草味已经正式确立了“线上线下”联动发展的战略,开始布局新零售。百草味的上市母公司好想你也披露,百草味目前正在加快布局线下渠道。

三只松鼠创始人兼CEO章燎原宣布了三只松鼠的战略转型。“在互联网线上流量和人口红利不断减退的当下,三只松鼠

逐渐要变为一家真正的数字化供应链平台企业。一方面通过数字化系统连接中国众多的食品生产企业,另一方面通过更广泛的渠道连接消费者,把两者之间的链路做得更短。今年,三只松鼠计划投入几千万打造一个松鼠云造系统,一方面通过这个系统能够尽量地缩短从工厂到消费者的距离,把时间压缩到20天,二是这个系统可以提供可靠的质量保障。”章燎原说。

行业专家认为,目前来看,同质化竞争似乎是中国零食行业现阶段不可避免的一大问题,从三大巨头集体变身来看,行业确实遇到了烦恼,企业也在尝试转型以争取未来市场。同质化竞争导致了零食行业始终处在价格战的漩涡中,良品铺子总裁杨红芬表示,“曾经行业的办法就是一味打价格战,而良品铺子推出高端系列也是为了避免价格战。”

纷纷打出“高端牌”

因此,多数行业人士认为,在市场对健康、安全和品质的追求下,高端化和线上卖成为两大趋势。而从阿里平台来看零食销售,去年11月份天猫单价50元以上的零食占比稳步提升。这意味着,消费者的行业品牌意识在逐步增强。因此,包括良品铺子、盐津铺子、好想你等在内的零食企业纷纷打出“高端牌”。

有关报告显示,零食市场竞争日益加剧,市场细分越发明显,低、中、高档市场层次逐渐拉开。随着我国居民消费升级,消费者对于消费品质、服务以及体验有了更高的诉求,这直接推动了高端零食市场的形成和发展;在居民消费升级的窗口期,高端零食市场将成为拉动整个零食行业增长的重要引擎。业内人士表示,高端零食市场在产品品质、品牌影响力以及产品附加值均具处于较高的水平,消

费者在这一过程中可以满足更多场景化的需求,获得更多情感上的共鸣以及轻松娱乐的休闲体验。

业内人士分析认为,随着商业零售模式的进一步发展,以往休闲食品的消费主体以儿童和青少年为主,如今演变为以年轻人为主,零食行业的消费场景和模式也将带来新的变革,从而带动消费力进一步提升。

比如饼干膨化、糕点点心、肉干卤味的销售额占比高,且增速高于其他品类,是线上零食的强势发展品类;其中饼干膨化的客单价还有提升空间;另外坚果炒货和蜜饯果干品类的销售额占比大于平均水平,但其销售增速放缓,市场已进入饱和状态。零食的发展趋势更趋向于场景化、产品创新以及技术助力。休闲零食正越来越成为一个刚性需求。

沪上连日阴雨 干衣除湿设备热卖

青年报 姜卓

近期,申城阴雨绵绵,因而,干衣机和洗烘一体机成为了不少沪上消费者的购物选择。

有数据统计,上海、杭州、南京、苏州等下雨影响严重的城市,洗烘一体机、干衣机迎来销量大增。今年1至2月份,仅苏宁易购渠道干衣机的销售同比增长了35%左右,而在上周,干衣机的环比销售超过了105%。

今年冬季的雨期较往年都长,不少商家线下各门店都已全力备货,并增加物流、销售、客服人员,确保在潮湿寒冷的天气中,消费者都能及时选购到适合自己的干衣机产品。

据介绍,目前市面上的干

衣机分为三种类型:直排式、热泵式和冷凝式。其中,直排式的干衣机性价比较高,烘得速度较快,缺点是容量小,好面料的衣服最好不要放在直排里面烘,适合三口之家。冷凝式的干衣机,烘干效果要比排气式的好一些,衣服更柔软。而效果最好的是热泵式的干衣机,高档面料如羊绒、丝绸,护衣护色不会变形,烘出来非常蓬松、柔软。

就价格而言,直排式相对便宜,热泵式偏贵。便宜的直排式干衣机到手价仅为1800元,而某品牌的热泵式干衣机打完折后也要8000多元,有些知名品牌的洗干一体机要3万多元。因此,总的来说,不同类型的干衣机,各有各的优缺点。商家建议,如果对烘衣要

求高,可选择热泵式的;如果想节省空间,可以选择集洗烘一体机;想要价格便宜的可以选择直排式。

除了干衣机外,除湿机也是抵御湿冷天气的不错选择。众所周知,家用空调机具备制冷和制热的功能,带独立除湿功能的空调机可以除湿,但除湿量小、除湿慢;而且就目前上海的室内温度而言,都是在20℃以下,这时的空调机除湿吹出的是冷风,越除湿越冷,给人的感觉不舒服。

此外,由于空调机内置的空气处理系统,只适宜小范围除湿,超负荷运行,可能导致压缩机受损,缩短机器的使用寿命。此时,选购一台家用除湿机,便可以为家庭创造一个舒适健康的生活环境,是消费者

的除湿优选。

业内人士建议,家庭用户在选择除湿机时,应注意除湿机的除湿面积,除湿量太大用着浪费,太小又无法起到全面除湿的效果。一般来说20升/天适用于20-40平方米;40升/天适用于30-70平方米;60升/天适用于150平方米左右的面积。而水箱容量的选择要根据实际使用场合来决定。一般来说卧室、客厅等地方不方便直接排水,可以选择大一点容量的水箱,避免频繁来回倒水。

而在卫生间这种有地漏的地方可以不用考虑水箱容积,接上水管可以顺着下水口直接排放出去。而对于地下室等无地漏又需要大面积除湿的地方,则可以选择内置高压水泵的除湿机。