

良品铺子澳洲“首秀”：声光影中端出乡情盛宴

9月20日,两艘中国“航船”亮相悉尼国际会议中心,其中一艘船上,满载着最地道的中国味道:臭豆腐、卤藕、麻花、锅巴……这些熟悉的家乡风味,在中秋之际勾起了慕名而来的澳洲华人的乡愁。

这两艘航船并不是真正的船,而是天猫Club 携国内五大品牌为“出海”首秀打造的新零售快闪店;船上的中国味道也并不是街头小吃摊,而是此次出海唯一的零食品牌——良品铺子研发的零食。

澳洲是良品铺子自去年4月以来进驻的27个国家和地区之一,也是今后两年重要的海外目标市场。未来,良品铺子不仅要让经典的中国味道行销海外,更要让品牌形象及其所代表的中国零食成为风靡海外的文化IP。

亮相:乡音乡情中体验家乡味道

生活在异乡,最难忘怀的是乡音,最馋的是家乡的味道,最渴盼的是团聚时刻。

在良品铺子60平方米的快闪店里,这三种体验难得地聚合起来。走进第一个房间,屋顶上挂满了电话听筒,拿起听筒拨通按键,耳边竟传来熟悉的乡音,儿时的旋律甚至父母的叮咛,令人瞬间眼眶湿润。第二个房间内,离地1米高处竖起许多个小方盒,每一个盒子里都藏着一款儿时的零食,探头进去,眼中是生动的影像,鼻腔中萦绕着零食的香味,耳边则响起熟悉的童谣,让人陷入深深的回忆。第三个房间中央是一张用幕布围起来的桌子,四周摆满椅子,当人逐渐围绕桌子坐满,桌子便随着升降台缓缓下降,最后良品铺子的零食在桌上呈现。中国人最讲究“团聚”,能够在海外齐聚一桌,品尝家乡美食,是多么喜庆的场景!浓浓的乡情,引得当地华人慕名而来。

快闪店的创意由何而来?良品铺子电商分公司负责人介绍,零食承载的不只是美味,更是情感上的陪伴与寄托,甚至是一种文化符号。在品牌升级的进程中,良品铺子



的内涵也已不止于零食零售商,而是零食解决方案的提供者和生活方式的倡导者,这一定位,更能够突破地域限制、契合跨区域消费需求。

布局:顾客在哪里品牌就到哪里

近年来,随着中国制造的崛起,本土品牌纷纷走出国门,重新定义中国品牌的形象。8月27日,为了配合品牌升级和海外市场的战略布局,良品铺子发布了新Logo,简洁的线条和动感的色彩透出满满国际范儿。

良品铺子的诞生源于一个理念——“把全世界的美味零食放在顾客家门口”,深耕12年,把小品类做出了大市场。在人们印象中,传统的中国零食大多廉价且不健康,良品铺子改变了这样的偏见,坚持选用优质的原料和标准化生产工艺,包括来自30个国家的190种进口原料。有相当比例的产品具备了出口品质。这也正是为什么此次良品铺子能够作为唯一的零食品牌,跟随天猫出海澳洲。

近年来,良品铺子以品牌为驱动,不仅在国内深耕和扩张,在海外也有了知名度。

第三方调研数据显示,良品铺子的顾客群体有着鲜明的国际化特征。“在海外经常可以看到良品铺子的手提袋。”良品铺子出口业务负责人王卫莲介绍,“很多顾客出国旅行、留学,都会带一大包零食上飞机。”跟随着顾客的足迹出海,海外上亿华人及喜爱中华美食的外国消费者向良品铺子展示了一个更广阔的蓝海。

今年4月,基于良好的国际市场消费基础,良品铺子启动了海外布局。线上,加入“天猫出海”阵营及其他跨境电商平台;线下,通过B端经销商进驻海外的华人商超。截至目前,已经携100多款美味的零食进入了美国、澳大利亚、英国、法国等20个国家。而澳洲聚居着120万华人,是良品铺子开拓海外市场的重要站点。

战略:从提供“家乡味道”到研发“全球味道”

不同于一些中国品牌借国际赛事“重金出海”,良品铺子所做的更多是渠道、产品和模式的探索。

今年4月24日,良品铺子董事长杨红

春跟随当时的阿里巴巴集团CEO逍遥子赴澳,向当地消费者推荐中国零食,收获了热烈的反响。不过,一个本土品牌想要跨越空间、市场和文化的差异,从“卖全国”到“卖全球”,仅凭好感度还远远不够,有很多基础工作需要夯实。

良品铺子率先对供应链进行升级,打通了连接上述20个国家的国际物流链路,在美国、加拿大、澳大利亚等重要市场与海外物流合作建设了仓储配送体系。线上下单,30千克以内的小包裹将从国内仓库直接发货,通过跨境物流送达消费者,或通过海外仓储在当地配送,时效不超过7天。

有句话说“越是乡土的,越是世界的,越是国际化的。”良品铺子平台电商运营海外业务的运营四部负责人付祥介绍,供给澳洲市场的产品,与快闪店的主题相呼应:有主打乡愁乡情的“粮食有礼”礼盒,臭豆腐、卤藕、麻花等传统中国风味慰藉思乡之情;也有主打儿时味道的“粮食有味”礼盒,小米锅巴、山楂片、烤面筋让人回忆起金色的童年时光;主打聚会场景的“粮食有礼”礼盒,素毛肚、瓜子、皇菊等聚会标配,是希望华人在异乡时常聚会聊天,加深联络。“咸辣口感的零食在国外非常少见,也最能代表中国零食的特色,是我们在海外市场的主打。”

而要从产品输出上升到文化认同,则在更深层次考验着团队的运营思维。每个国家的消费者都遵循特有的文化与思维习惯,这倒逼良品铺子年轻的运营团队更加主动地学习和了解不同国家的文化习俗、消费者偏好,不断更新思维和视野。

未来,良品铺子的国际化之路将分两步走。现阶段,将1亿海外华人及留学生作为主要目标群体,主打中国味道零食;下一步,将在海外寻找合作伙伴,共同研发适宜不同国家消费者口味的产品,同时争取进驻大型连锁商超,探索和开发占海外零食消费90%份额的线下市场。

星巴克饿了么于北京上海开启外卖试运营

在阿里和星巴克宣布战略合作48天之后,一切如约而至。肩负阿里本地生活新零售重任的饿了么与星巴克的外卖试运营,今天在北京和上海部分门店正式启动。按双方计划,试运营完成后,至今年底,外卖服务将扩展到全国30座城市的2000家门店,并将完成双方会员体系的对接。

咖啡外卖看似简单,背后实际上是基于技术、大数据、即时配送、全渠道营销的复杂系统,如星巴克CEO Kevin Johnson所说,这是“通过技术实现新生活方式”。因此,眼前而言,这是星巴克与饿了么业务对接的首演;而长远来说,这是双方共创的餐饮外卖新零售升级的关键一步。

新“星”速度

从北京上海开始,星巴克的粉丝们可以足不出户,无论在公司、在家或是其他场合,都可以通过下单享受到蜂鸟的30分钟配送,甚至更快。饿了么为星巴克打造的“专星送”配备了专属配送团队,服务上线前,由20人组成的专门测试小组封闭测试超过3个月。仅热美式咖啡这一款饮品,在数次大规模仿真测试中的消耗量就超过10000杯,测试总时长超过2000小时。

同时,饿了么还自主研发设计了全新冰包,作为市面上第一款TPU材质外卖配送冰包,采用冰膜+冰板冷链组合。实验室测试显示,正常室温下,箱内温度可保持在5℃以内长达6小时。

诞生于饿了么、服务全阿里的蜂鸟配送,正在高速补上阿里新零售“最后一块短板”,已经承接包括大润发、欧尚、三江、新华都、中百超市、顾客隆等在内的全国近千家商超门店的配送服务。从送美食到送万物,蜂鸟连续两个季度,带动饿了么平台的新零



售份额,增长接近或者超过50%。

对星巴克来说,配上蜂鸟,精准、高效、品质的每一个特性都可能大幅其拉动订单的增长和体验的优化。对蜂鸟而言,拥有配送要求极严格的星巴克咖啡的履历,同样会让它获得更多高端商家认可。

新“星”半径

星巴克显然正在加快步伐,日前宣布了到2022年每15个小时开一家新店的计划,以成为中国发展最快的外国食品连锁企业——届时,其在中国大陆将拥有6000家门店。而与阿里新零售的战略合作、尤其是与饿了么的外卖业务共创,让星巴克的发展又多了一条新通路:一方面,星巴克用户的下单将远远不会再囿于传统门店之内,既可在淘宝、天猫、支付宝、饿了么、盒马、口碑等

阿里新零售生态之内,也可以在星巴克自有App上,无远弗届。为星巴克定制的“星巴克新零售智慧门店”将与星巴克星享俱乐部会员系统连接,会员体系也将全面打通,消费者下单,还能感受到“千人千面”的定制服务;

另一方面,用户获取星巴克咖啡的半径也会因为蜂鸟的助力,从门店,拓展到任何一个理论上外卖可以送达之处。蜂鸟骑士覆盖之处,处处皆是星巴克的新商机,这便是阿里新零售基础设施的力量所在。

新“星”场景

蜂鸟的配送,既给新零售所涵盖的超市、便利店、药房等带来了巨大的新增流量和订单,同时,也对传统商超的复杂动线提出了全新的要求。可以想见,在超市里,快递

小哥因为东取一包薯片、西拿一瓶可乐耗费了大量的时间;同样,在传统星巴克门店,外卖小哥如果需要在门店内等待取餐,必然会造成人效的浪费。

“如果只是在传统线下门店的基础上增加一个单纯送餐,我们认为这种改造形式是肤浅的,甚至是不成功的。”饿了么CEO王磊表示。在他看来,当饿了么等阿里各个零售入口带来大量订单时,再加上阿里生态体系内盒马等新零售经验沉淀与数据积累,就完全能与商家一起,对其运营、仓配、会员等系统进行关键性的改造。

星巴克与饿了么的合作,由此被赋予了为全行业探路的战略价值。经由这次合作,“中国将成为星巴克全球第一个实现体验全空间贯通的市场。”星巴克中国首席执行官王静琰说,星巴克将全面打通从第一空间到第四空间(生活空间——工作学习空间——线下零售门店——线上零售平台)的所有限制,为中国顾客“开启随时随地随心的全方位新零售生活体验”。

“饿了么也要让天下没有难做的外卖生意。”王磊说,“我们的目标不在流量变现,而在行业变革。”

新“星”生态

阿里在打造了以天猫、淘宝为代表的电商平台,以蚂蚁金服为主的金融平台之后,正在全力打造以饿了么为核心的本地生活服务平台。可以想像,用户在一个平台里享受喝咖啡、点宵夜、买衣服、购门票、查地图等多个吃喝玩乐的场景时,找到优惠卡券,深至会员体系,都会互相流动互相加持,最后共同带来更优质的消费体验。这种全方位的新零售生态,只在阿里,也只有阿里可以提供。

便民服务

QQ:3329295109 收费标准:55元/行/天(13字1行)

广告热线 028-69959066

地址:红星路二段70号四川报业集团3楼310A

●陈文姬,个体工商户营业执照正本、副本(注册号:510100600139419)遗失作废。 ●成都天禹鸿图科技有限公司税号91510100069758303F,增值税普通发票(十万元版),发票代码5100171320,发票号码01964699 遗失作废 ●四川中路铁工机械设备租赁有限公司股东已决定解散公司,请公司的债权人自公告之日起四十五日内在成都市金牛区金泉街道淳风路133号2层附81号向公司清算组申报债权。四川中路铁工机械设备租赁有限公司清算组 注销公告 成都继华商贸有限公司(统一社会信用代码:915101085826387591)经股东会决议决定注销,请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告	●金牛区源彩茶室(统一社会信用代码92510104MA6DGXP H50)在兴业银行成都双楠支行的开户许可证(核准号J6510080380301,帐号431320100100057637)遗失作废。 ●成都万红物流有限公司,营业执照副本(注册号510108000185050)遗失作废。 ●成都创精工机电安装工程有限公司(统一社会信用代码:91510100MA6CT5K403)经股东会决议决定注销,请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。 ●成华区鑫鑫越洋日用品经营部营业执照正本(注册号510108601255113)遗失作废	注销公告 成都戛纳食品有限公司(注册号5101042006084)经股东会决议决定注销,请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。 ●成都掘美网络科技有限公司,营业执照正本(统一社会信用代码91510106MA62QE11252106),2018年07月16日颁发的清算组备案通知书(金牛)登记内备字[2018]第001673号均遗失声明作废。 ●成都品诺包装设计有限公司营业执照正本、副本(注册号:510107000732109);税务登记证正本、副本(税号:510107091252106)遗失作废。 ●成都最佳拍档科技有限责任公司在中国民生银行股份有限公司成都建设路支行的开户许可证(核准号:J6510082649701,账号:151032406)遗失作废。	债权转让通知书 致:吴坤仕先生 我司已与成都晨明置业有限公司订立《债权转让协议》,将我司依据您与我司签订的《借款协议》(编号:976)对您享有的全部债权及相关权利依法转让给成都晨明置业有限公司。请您自收到本通知之日起依据《借款协议》向成都晨明置业有限公司清偿债务。 金碧物业有限公司成都分公司 债务抵销通知书 致:吴坤仕先生 鉴于:1.我司与金碧物业有限公司成都分公司订立《债权转让协议》,金碧物业有限公司成都分公司将其对您享有的全部债权及相关权利转让给我司,我司对您享有债权(借款本金和截止2018年8月17日的违约金)合计277842.8元,我司有权直接向您追索上述债权。2.我	●张元福(身份证号:510112196806203930)二级建造师执业资格证书(编号:00045000,专业:建筑工程,取得时间:2011年11月3日)遗失,声明作废。 ●成都市佳林装饰工程有限公司,营业执照正本(统一社会信用代码:91510122MA61R2L3XK)遗失作废。 ●双流区瑞林装饰经营部,营业执照正本(统一社会信用代码:92510122L68545296F)遗失作废。 ●双流区佳森建材经营部,营业执照正本(统一社会信用代码:92510122L68545296F)遗失作废。 遗失声明 张凯遗失南开大学毕业证,环境工程专业,编号:100551200805001117 遗失南开大学学位证书,编号:1005542008001033,声明作废。	遗失声明 李海浪遗失成都恒泰盛置业有限公司开具的量力健康成都誉小区1-1-2001,购房款收据,编号:0170411,金额:175520元,编号:0168561,金额:490000元遗失购房合同,编号:CD044797,声明作废。 遗失声明 四川绿泽园林股份有限公司陈俊(51111219820202603X)遗失工程师证书,专业:园林绿化工程,批准文号川建厅职改办通[2012]64号声明作废。 ●四川盛瑞悦科技有限公司财务专用章(印章编码:5101085080682)遗失作废。 ●西南科技大学城市学院土木工程专业虞文博学士学位证书(证书编号1404542014000942)不慎遗失,声明作废。 ●万源市花萼乡中心小学公章(编码:5130025000472)遗失,特此声明作废	遗失声明 成都市博驰贸易有限公司税务登记证,正副本原件税号510182696260360组织机构代码证,正副本原件69626036-0 遗失作废。 ●四川大学遗失杭州升昌计算机技术有限公司开具的浙江省增值税普通发票1份,代码3300174320,号码:25739654,金额:14288元,特此声明。 注销公告 南充市高坪区太酷家园保洁有限公司(统一社会信用代码91511303MA6290YF86)经股东会决定注销公司,请债权人自公告之日起45日内到公司清算组申报债权债务。 2018年9月22日 ●四川易飞易国际旅行社有限公司黎桥服务网点营业执照副本(统一社会信用代码91510107MA6CMT1G5M)遗失作废。
---	--	--	--	---	--	---