

千家龙头企业百万品质年货 拼多多多年货节推动新消费浪潮

20日零点,拼多多联手三十万品质商家与近千头部农副产品品牌,共同启动“年货节”。年货节期间,拼多多全平台将发放总额高达40亿的红包,和5亿消费者一起过大年。

拼多多年货节负责人称,今年在生鲜水果、坚果小吃、酒水冲饮、居家百货、数码家电等全品类超百万大促货的基础上,拼多多将主打品牌农产品,发掘全国及全球顶尖农货,“平台已汇聚大量农业龙头及上千农产品的头部商家,用‘百亿补贴’聚焦品质年货,让大家热热闹闹地逛‘年货大街’,把新电商的‘实惠与乐趣’,真正融入亲人团聚的新年氛围中去。”

据悉,拼多多“年货节”将持续到2020年1月15日,其间将连续推出性价比的“年货系列万人团”,通过“百亿补贴”“限时秒杀”“多多果园”等现象级入口,在品质年货与消费者之间搭建起高效精准的“超短供应链”。

直连龙头企业与优质产区,满足年货新需求

享誉全国的百年老字号“东来顺”羊肉、清甜化渣的褚橙新品“云冠橙”、曾专供奥运会的“伊赛”牛肉、农业龙头华盛绿能电商团队在原产地直采的智利车厘子及越南青芒、订制款“百姓姓”伊利牛奶、上海老字号大白兔奶糖、高品质东北大米、20年品牌“真心”休闲食品……,成为本次拼多多年货节的热推年货。

“以分布式AI算法为基础,我们有超百个年货小组在为消费者挑选品质最优的商品,运营、品控、研发、比价与营销团队全链条合作,为消费者保驾护航”,拼多多年货节负责人表示,“春节是中国最重要的节日,年货节是平台倾斜资源最多的大促之一,平台的鼓点会敲在5亿消费者的需求节奏上。”

通过前期预售和数据走势分析,拼多多发现,消费者对品质年货的需求曲线正在陡峭上升。“比如对褚橙系列、智利车厘子、越南青芒、东北优质大米、品牌牛羊鸡肉等的需求,已从北上广及江浙沪等东部区域的一二线城市快速扩展到东北及中部各省四五线甚至农村市场,呈现银河带与满天星斗交错分布的新消费格局”,拼多多新农业事业部高级总监韩东原分析。

这种城乡消费趋同,已成新消费浪潮的一个典型特征。据国家统计局的数据,前三季度,乡村消费品零售额增速比城镇高1.0个百分点,农村消费增长继续快于城镇居民。

“近几年,诞生了大量跳过PC时代,直接涌入拼多多移动平台购物的新客群”,拼多多年货节负责人介绍,“年货节期间,在一二线保持强劲增长的同时,低线城市与乡村市场的购买力预计会出现一轮大爆发。”一年辛劳后,这部分消费者有更强烈的意愿,为家人和自己购买品牌年货”。

素有“水果女侠”之称的王宁,是此次年货节车厘子和芒果商家之一,她根据自己在拼多多平台三年的数据,向在智利、越南等地的供应链合作果园提前预定了近十万单原产地进口水果。“12月14日的智利车厘子万人团预售,不到24小时即被抢光,很多订单来自四五线城市,顺丰能到的乡镇订单也在快速增长。”由于需求太火爆,拼多多在12月



●12月20日,拼多多年货节开幕,将用“百亿补贴”聚焦品质年货,让大家热热闹闹地逛“年货大街”。

27日和1月5日将再“百亿补贴”两轮万人团,“争取让一到七线的消费者,都能轻松实现新年‘车厘子自由’”。

“百亿补贴”超短链,实惠乐趣过大年

要实现的不仅是“车厘子自由”。年货节第一天,“东来顺”内蒙新鲜羊肉万人团上线,近3斤的羊前腿仅售99.5元。“百亿补贴”加持,击穿了这家百年老字号线上零售历史低价。“希望全中国的家庭都能在年货节期间,通过拼多多买到东来顺的羊肉,在家也能享受阖家团圆的快乐”,64岁的东来顺非物质文化遗产传承人陈立新说。2008年,东来顺涮羊肉技艺跻身国家非物质文化遗产,1971年就在东来顺工作的陈立新,是这门技艺的第四代唯一传承人。

“今年猪肉价格高涨,牛羊肉的需求增长很迅猛,我们希望通过‘百亿补贴’,像补贴iPhone和戴森一样,实现品质好肉的全网最高性价比,来推动消费者的‘肉类自由’”,拼多多年货节负责人称。

与工业品不一样,水果、肉类等农产品的保鲜和运输要求非常高。相对于传统电商平台,拼多多的优势是可以用社交分享、万人团、秒杀等方式,迅速聚集需求,迅速发货,这种对中间环节的精简,不仅降低了成本,也保证了新鲜度。从收羊、检验、宰杀、排酸处理提升肉质,再经流水线50多位工人的分割处理包装,最快只要3天,羊肉就能从东来顺内蒙古基地直达消费者餐桌。“以前自家养羊,吃起来还没这么便利,口感甚至都没这么好”,湖南一位多次购买的消费者留言说。

据悉,除了百年老字号供应的国产优质肉,这次年货节拼多多还将联合一大批农业龙头企业,打通国际优质供应链,将优质进口肉带给消费者。

2019年,伊赛在拼多多上的销售达到千万级,他们明年的目标是1个亿。为满足新消费需求,伊赛从2000多款产品里甄选73款

在拼多多上销售,目前,参加平台“百亿补贴”的既有来自澳洲的原切牛腱,也有经过调味腌制的精品牛腩,销量最高的单品已经达到6万件。

“年货节期间,我们的‘百亿补贴’会瞄准澳洲与巴西等地的优质进口牛肉,直接把价格降到全网最低。”拼多多年货节负责人说,“中国美食全球第一,现在政府通过‘进博会’与‘自贸区’等各种方式鼓励更全面的对外开放,在我们‘年货节’这个小局部,希望能联合农业领域的龙头企业,把全球好食材直送到每个家庭的新年餐桌。”

据其介绍,拼多多还将推出精心设计的“年货大街”,每位消费者最高可领88元无门槛券。“5亿多消费者,不仅可以像以前逛线下集市一样边玩边买,还可以顺手就把看到的全球好货分享给自己的亲朋好友,既是吃货的实惠节日,也是趣味盛会。”

新消费加速品牌升级,助推新农业龙头

20年品牌历史的“真心”瓜子也参加了这次年货节大促。“能多卖年货我们当然高兴,但我们不仅是希望卖货”,真心食品董事、副总裁曹义祥表示,“真心”的线下市场主要在华北和东北,入驻拼多多短短半年间,就收获了一大批江浙沪和华南市场的新人,“未来会根据拼多多的数据,反向线下布点。随着年轻消费者购买力的崛起,线上和线下将会加速融合。”

自2019年5月入驻拼多多以来,“真心”的线上营业额从第一个月的10万元一路飙升到11月的1500万,狂增150倍。“我们在短时间内获得的成长是全方位的,除了市场,还包括研发、设计、供应链等各个环节,以前一年只能培养3到5个单品,现在一年培养几十个都有可能。”曹义祥说。

“年广久的傻子瓜子,是中国改革开放突破思想障碍的标志之一。同样属于徽派炒货的‘真心’,现在又可能推动这个行业的新



●“希望全中国的家庭都能在年货节期间,通过拼多多买到东来顺的羊肉,在家也能享受阖家团圆的快乐”,64岁的东来顺非物质文化遗产传承人陈立新说。

洗牌”,韩东原分析,“新场景、新客群、新渠道、消费者间及供需间的新交互模式所形成的新消费潮流势不可挡,一批率先应对、敢于冲破瓶颈自我革命的老品牌,将获得新生。”

半年期间,仅仅“真心”的电商团队,就已从一个人增加到了20多人。曹义祥介绍,公司上下在大量增加人手,备战拼多多此次年货节,目前发货系统、供应链系统、客服体系都做好了准备。拼多多数据预测,“年货节”期间,将有超4亿用户参与整个大促活动,直接带动就业岗位超1200万个。

除了老品牌更新,“云冠橙”这样的新品牌,也在拼多多推动的新消费浪潮中迅速成型。今年10月10日,褚橙与拼多多达成战略合作,力推褚老生前即曾命名的“云冠橙”。这次年货节,云冠橙将登陆“万人团”,首次大规模进入中国人的新春消费清单。

“云冠橙是数字化精细管理,如今,判断一颗甜橙是否合格,已从主观的‘酸甜适中’,变成了甜酸比、果皮厚度、果肉化渣率、含水量等量化指标。”韩东原表示,协同农业龙头企业建立全链条数字化标准体系,已是拼多多的研究课题之一,“平台将在技术、大数据、农资和植物营养等方面,与这些企业达成战略合作,帮助他们巩固和加强技术、研发实力,向科技农业、智慧农业转变。”

中国社科院研究员党国英对此表示乐观,“拼多多这样‘身上有土,腿上有泥’的新电商平台,的确应该沿着现在的方向在现代生态数字农业上做更多贡献。像肥料技术、农药技术、光温控制技术、区域间物质能量调配技术等,可以补充、优化农业生产的自然循环过程,非常需要平台型企业的数字化加持,平台的调节推动,有望催生一批新的农业企业和品牌”。

“年货节、农货节,对拼多多来说,都不仅是传统意义的大促,GMV不是第一位的,持续匹配消费者不断升级的需求,反向推动中国农业的现代化,是我们全力激发和匹配目前这股新消费浪潮的目标所在。”韩东原表示。

(冼伟峰)

惠州石油:年货营销有新意

“店内好多年货啊,我要进去买好吃的。”一位小女孩拉着她爸爸的手跑进了惠州石油松子岭加油站的易捷便利店里,顺着营业员的引导,使用了100元抵38元的APP易捷抵扣券挑选了巧克力、几瓶饮料、土豆片。“纷飞易捷迎新春,进站加油的车辆增多了,便利店的人气也旺了,员工的精气神也提高了。”站长李玉梅高兴地说。

为迎接春节,惠州公司借助2020年年货节营销活动以及“金鼠能量包”活动的开展,提前布控营销活动,在装扮店内营销氛围的同时,大力开展APP会员送“福利”活动,让车友在节日里“惠”享不停。

在店内氛围布置上,惠州石油在部分市区易捷店开展节日氛围布置工作,在橱窗张贴以及天花板悬挂“2020天天低价惠在石化”营销信息,加强员工开口营销,主动向进站加油客户咨询是否立即使用抵扣券,对没有领到券的顾客,及时引导顾客注册成为APP会员,以便获取抵扣券。公司充分彰显人性化营销理念,让节日氛围一燃再燃。在加油方面也有好礼相送,借助省公司开展的“金鼠能量包”活动,大力推介顾客参与“充3000/5000送188/318”,通过赠送38元满百立减购物券以及新春出行保障礼,让车友享受加油福利。

(钟小雄)

猫眼发布文娱消费场景营销业务持续丰富全文娱战略形态

12月19日,猫眼娱乐在京举行媒体沟通会,发布了全文娱战略统筹下的新业务形态——文娱消费场景营销。猫眼娱乐副总裁张乐介绍,猫眼将聚焦文娱消费场景,将品牌、内容、场景形成有机联动,充分挖掘映前广告、娱乐现场等媒介形式的营销价值,为品牌主提供定制化的营销解决方案。目前,已有1000多家影院及数十家品牌方与猫眼签订战略合作协议。

近年来,观影、看演唱会、参加展览、活动等文娱场景消费人次不断提升,具备覆盖人口规模大、内容属性强等特点。张乐介绍,“据不完全统计,中国有超过1万个文娱消费场馆,包括影院、剧院、大型体育馆等,文娱消费年均覆盖超过20亿人次,是品牌触达的天然沃土。”深耕全文娱市场多年,猫眼具有布局文娱消费场景营销的显著优势。

“传统的投放是品牌与渠道的粗放结合,效果很难保障。”张乐表示,“而猫眼作为全文娱产业服务平台,对内容消费有更深刻的理解,所以我们在为品牌做营销的时候,更容易将品牌与内容有机结合,筛选出符合品牌调性的内容和场景,进行更有效的触达。”以猫眼联合出品及发行的《少年的你》为例,这部电影的核心受众以20-24岁的二、三线城市女性为主,而另一部影片《比悲伤更悲伤的故事》受众则主要集中在更下沉的城市。“内容不同,受众及消费偏好也不一样,猫眼会依托数据,帮助品牌主选择合适的档期和合理的渠道做相对精准的投放,以更好的触达目标人群。”

作为全文娱营销平台的重要组成部分,文娱消费场景营销将与猫眼已有线上、线下优势资源形成联动,共同为行业加磅。公开报道显示,猫眼此前已建立起以短视频为主的新媒体营销生态,打造覆盖线上线下的营销阵地,包括微信、QQ、美团、大众点评、猫眼、格瓦拉等六大数据入口,超2.5亿小程序用户,2亿以上文娱媒体账号粉丝,及130多个城市超100万个曝光点位、42个城市影迷会等。

谈及此项业务的愿景,张乐表示,“猫眼致力于打造全文娱产业服务平台,从做好服务开始,将服务变成可规模化的平台能力,为行业创造增量价值。”此前,猫眼娱乐CEO郑志昊也表达过同样的观点,“突破单一产品和业务的局限,用全面且长远的视角来审视企业发展的产业全景,通过纵向深挖产业链、横向沉淀平台能力和打造协同效应来创造长期价值。”从单一的票房到电影的出品,再到现在全文娱战略的布局,猫眼实现了从点到线再到面的发展,其全文娱战略也会成为行业发展的新动力,令猫眼娱乐未来以更加全面、稳健的姿态成长。

(智通)



值得一提的是,红岩杰狮C6 LNG煤炭运输车发动机搭载缸内制动技术,还可选液力缓速器辅助制动,制动效率>80%,有效减少制动系统摩擦片的更换频次,降低轮胎磨损,无需加装淋水装置,维护成本省1.5-3万。

黄金动力链组合、气耗超低的红岩杰狮C6 LNG煤炭运输车在动力系统方面的全面优化,既能满足区域实际工况所需,同时又能经济省心,成为同级别最具竞争力的车型之一。因此一上市就成为了爆款,可谓是实至名归!

(毛瑜 吴晓庆)

上市订单破千

上汽红岩国六LNG煤炭运输车成“爆款”

澎湃动力+黄金动力链,运载能力大幅提升

红岩杰狮C6 LNG煤炭运输车搭载的蓝芯动力LNG发动机,是由上汽动力联合欧洲著名设计机构AVL、美国西南研究院共同研发,专门针对用户实际应用场景量身定制。该发动机采用先进的当量燃烧技术,有效减少动力损失,最大功率为440马力,最大扭矩为1950牛米,相比稀薄燃烧技术,整车动力提升23%,品质性能与奔驰DD13发动机比肩。

基于丰富的煤炭储备,近年来,山西、陕西、河南三省煤炭运输业得到了充分的发展。煤炭运输行业对车辆的动力和运载能力要求

很高,先进的蓝芯动力发动机加上市场充分肯定的法士特变速箱及菲亚特技术的红岩车桥组成的“黄金动力链”,让红岩杰狮C6 LNG煤炭运输车迅速获得用户认可。

排放更低,EGR控制模块高效节能

煤炭运输业既对运输车辆的动力性能提出了高要求,也期望降低运输排放,减少整个煤炭产业链中的污染。红岩杰狮C6 LNG煤炭运输车的发动机采用了EGR控制模块,在精确控制EGR流量的同时,提供更高的燃气混合效果,使得燃烧更充分,排放更低,切实响应“蓝天保卫战”三年行动计划。

其中,作为上汽红岩征战国六时代的“开路先锋”,红岩杰狮C6 LNG煤炭运输车就搭载了上汽蓝芯动力LNG发动机,在动力经济、节能减排等多方面全新升级,不仅符合国六排放标准,而且在细节设计上精雕细琢,全面满足用户实际应用需求。

“年广久的傻子瓜子,是中国改革开放突破思想障碍的标志之一。同样属于徽派炒货的‘真心’,现在又可能推动这个行业的新

值得一看的是,红岩杰狮C6 LNG煤炭运输车发动机搭载缸内制动技术,还可选液力缓速器辅助制动,制动效率>80%,有效减少制动系统摩擦片的更换频次,降低轮胎磨损,无需加装淋水装置,维护成本省1.5-3万。

黄金动力链组合、气耗超低的红岩杰狮C6 LNG煤炭运输车在动力系统方面的全面优化,既能满足区域实际工况所需,同时又能经济省心,成为同级别最具竞争力的车型之一。因此一上市就成为了爆款,可谓是实至名归!

(毛瑜 吴晓庆)

(智通)

便民服务 独家代理机构:成都锦环宇文化传播有限公司

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 159号成都传媒·红星国际 2号楼 1702室

律师提示:本刊仅供双方提供信息平台,所有信息均为刊载者自行提供,客户在阅读前请查看相关手续和证据,本刊不对所刊登信息及结果承担法律责任。

声明

成都众拓建筑装饰工程有限公司企业法人代表已变更,同时股权转让,自本公告之日起,未经过成都众拓建筑装饰工程有限公司书面授权(加盖公章),原公司法人代表杨连树签字的所有商务活动均不能代表我公司!

特此公告

成都众拓建筑装饰工程有限公司 2019年12月24日

●遗失公告:成都华祥通商贸有限公司(统一社会信用代码:91510104097752011)营业执照正副本遗失,登报声明作废。

●遗失公告:成都辰河建筑工程有限公司(统一社会信用代码:51010400023883)营业执照正副本遗失,登报声明作废。

●遗失公告:成都华阳区赵氏健康咨询服务中心(统一社会信用代码:91510104MA6CY5C717)营业执照副本遗失作废。

●遗失公告:成都虹川英惠网络科技实业发展有限公司(统一社会信用代码:91510104MA6CY5C717)营业执照副本遗失作废。

●遗失公告:成都高新区赵氏保健服务部(统一社会信用代码:91510104MA6CYT3U80)营业执照正副本遗失作废。

●遗失公告:成都华阳区赵氏商贸部(统一社会信用代码:91510108MA6CYT3U80)营业执照正副本遗失作废。

●遗失公告:成都华阳区赵氏商贸部(统一社会信用代码:91510108MA6CYT3U80)营业执照正副本遗失作废。

●遗失公告:成都华阳区赵氏商贸部(统一社会信用代码:91510108MA6CYT3U80)营业执照正副本遗失作废。

●遗失公告:成都华阳区赵氏商贸部(统一社会信用代码:91510108MA6CYT3U80)营业执照正副本遗失作废。

●遗失公告:成都华阳区赵氏商贸部(统一社会信用代码:91510108MA6CYT3U80)营业执照正副本遗失作废。

●遗失公告:成都华阳区赵氏商贸部(统一社会信用代码:91510108MA6CYT3U80)营业执照正副本遗失作废。

●遗失公告:成都华阳区赵氏商贸部(统一社会信用代码:91510108MA6CYT3U80)营业执照正副本遗失作废。

●遗失公告:成都华阳区赵氏商贸部(统一社会信用代码:91