

水象电子智慧新零售 引发零售行业变革

在新零售掀起线下实体商业的升级改造的变革浪潮中,众多商家纷纷涌入,给了许多新零售企业快速成长的契机...



智能化硬件设备的助力,创新型的一整套新零售产业链的布局,使得水象优品引发了新零售的变革...

水象电子优化技术和服,加速新零售数字化改造

未来的新零售不仅需要同时具备线上、

线下这两种能力外,同时也需要拥有足够的技术能力来帮助企业打通线上线下...

化改造和上下游赋能作为核心使命,加速项目研发和孵化,提供智能化运营的硬件设备...

智慧新零售,水象优品迎来蓬勃发展

水象优品是上海水象网络科技旗下以数据为驱动的优选生活新零售平台,线上线下全渠道零售解决方案服务商...

水象电子以技术赋能新零售,线上线下全力打通

在研发针对新零售的智慧型硬件方面,上海水象网络科技投入大量精力和时间...

长三角“假日经济”效应凸显 消费“追鲜”成新潮

长三角各地商务部门4日公布的“五一”小长假消费品市场数据,展现出这样一幅消费市场的“画像”图:“假日经济”效应凸显,消费“追鲜”成新潮。

这个“五一”小长假,商贸发达的长三角地区成了民众“买买买”胜地,各地消费数据飘红。

4日晚,据江苏省商务厅公布的今年“五一”小长假消费品市场数据,从5月1日至4日,江苏消费品市场累计实现销售额约55.7亿元(人民币,下同),同比增长8.4%。

务委抽样调查数据显示,上海386家零售和餐饮企业从5月1日至3日(同期对比2018年4月29日至5月1日)实现销售额36.5亿元,同比增长11.8%。

江苏省商务部门统计,在“买买买”热门品类中,电器类商品消费增势不减,高端、智能、绿色家电销量增大,黄金珠宝类商品大卖。

小长假期间,长三角地区“天公作美”,成为全国爱吃、爱玩人士的聚集地。民众追求“游”点意思,民宿游、景点游、公园游、红色游轮轮番上阵,亲子乐园、乡村郊野等场景剧爆“朋友圈”。

4日,驴妈妈旅游网发布的《2019年“五一”出游报告》显示,大部分长三角游客旅途中追求文化体验,跟着课本去旅行、博物馆游、历史老师当导游、影视IP“打卡”等异军突起,亲子游、文化游、山水游、海岛游等为受欢迎度假类型。

热播电视剧《都挺好》取景地“带热”了“打卡”,位于江苏苏州的平江路游人如织,巷口接待台上,始终放着一个写着“满”的纸牌。

“舌尖”上的假期则被色香味盛宴占据,青团、香椿头、春笋等春日“鲜食”作为江南特色小吃受追捧。金陵菜、淮扬菜、苏锡菜、徐海菜等地方菜肴挡客热情。

江苏省商务厅统计显示,节日期间,江苏南通20家正餐企业4天共实现营业收入1308万元,同比增长11.5%;常州溧阳、金坛8家餐饮企业实现销售830万元,同比增长108%。

江苏省商务厅相关人士表示,长三角地区“假日经济”效应凸显,体现出民众对“吃穿用行”的传统消费提质升级,节俭、健康、绿色、低碳的消费理念深入人心。

团、香椿头、春笋等春日“鲜食”作为江南特色小吃受追捧。金陵菜、淮扬菜、苏锡菜、徐海菜等地方菜肴挡客热情。

跨界营销带热消费 如何延续更考功力

星巴克猫爪杯、大白兔润唇膏、老干妈卫衣、泸州老窖香水……近年来,各大品牌纷纷开始跨界推出衍生产品,而且不少产品成功地吸引了消费者。

跨界产品销量火爆

猫爪杯原本只是星巴克春季新品中普通的一员,就连星巴克品牌自身都未曾预料到会如此火爆,最初只安排在线下门店销售,遭疯抢后才上线天猫官方旗舰店。

如今,各大品牌纷纷绞尽脑汁为消费者带来新鲜的跨界产品。像星巴克的杯子、大白兔奶糖等跨界产品不仅获得了高销量,也为品牌树立了良好的形象。

跨界营销制胜关键

北京大学光华管理学院教授张影表示:“所谓的跨界营销其实是品牌营销的一种方式,跨界的‘界’是人为设定或长期形成的,指的是从品牌主要经营领域跨到其他领域,是一种品牌延伸。”

星巴咖啡杯为何火爆?“猫爪杯的火爆反映了星巴克本身品牌的号召力和猫的号召力,要是换成熊爪杯,效果可能就不一样了。”张影分析,首先猫爪杯的产品设计符合大众消费者的审美;其次,星巴克本身具有强大的品牌号召力;此外,不能忽视的一点就是猫的号召力。

张影表示,跨界营销要想取得成功,有三个关键因素。一是品牌与跨界点的契合,比如大白兔奶糖与润唇膏都是与嘴相关的产品,契合度高;二是品牌自身的魅力,比如星巴克品牌本身具有强大号召力和良好的品牌形象;三是延伸领域要与原领域相关,跨界合作的两个品牌气质要相符,比如旺旺与国产设计师品牌塔卡沙

的联名系列,其LOGO能够给人一种年轻活泼的感觉,与塔卡沙品牌气质相符。

跨界营销对企业利好

一是可以拓展消费人群。对企业来说,进行跨界营销不仅仅为了追求单一产品的高销量,更重要的是固化现有消费人群、扩展新的消费群体。六神花露水与饮品品牌RIO合作推出了花露水味的鸡尾酒, RIO电商总监曹慧敏表示,比销量更重要的是积累大量的消费者资产,用于未来的消费者运营和管理。

二是可以提升用户体验。在经济持续增长的今天,人们对生活的要求越来越高,一个品牌不仅要能提供好的产品,还要能满足人们的精神需求。星巴克中国公关相关负责人表示:“我们始终坚持以咖啡为核心,为顾客带来高品质的咖啡产品与体验。同时,星巴克从不仅仅把自己定位成一家售卖咖啡的公司,我们希望以一杯咖啡与顾客产生情感连接,为顾客奉上更多心意产品,提供更好的星巴克体验。”

三是可以传递品牌文化,塑造良好品牌形象。有消费者表示,“这些产品都有品牌文化在里面,都是符合品牌定位的产品。买它们首先是出于对产品本身的需要,更多地还是对品牌本身的喜爱。像星巴克的杯子这些衍



生产品,就是定位给品牌粉丝的。”

四是品牌增加话题性,增加品牌记忆点。品牌的核心就是认知,必须在认知基础上创造品牌价值。张影表示,“我们提到品牌很多时候会想到一家公司或某个产品。但如果跨界营销只是提高了知名度,而没有聚焦到清晰的认知上,是不能为产品带来价值的。”

张影说,“随着经济增长,人们生活水平不断提升,消费心理发生变化,人们越来越愿意尝试新的事物。”但是,对于跨界营销也要理性看待,谨防“热得快凉得更快”。张影认为,并非所有的跨界产品都取得了成功,也有大量失败案例。即使是已经获得了很强话题性的产品,在大众的新鲜感过去之后,也不一定取得长远的成功。(徐佩玉)

便民服务热线: 3329295109 收费标准: 55元/行/天(13字1行) 广告热线: 028-69959066

北京中招商国际拍卖有限公司 拍卖公告 受相关单位委托,我司定于2019年5月15日下午14:00在北京海淀区远大路39号1号楼509室公开拍卖机动车一批,共21个标的分别拍卖。

四川东易祥洋科技有限公司 注销公告 (统一社会信用代码:915101073505686673) 经股东会决议决定注销,请债权债务入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。

成都路航商贸有限公司(注册号510105000490483)经股东会决议决定注销,请债权债务入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。

成都宏远搬家服务有限公司, 营业执照正本(统一社会信用代码:9151010057228423XA)遗失,声明作废。

成都信诚商业管理有限公司, 开户许可证(核准号:J6510114983101,开户行:中国光大银行股份有限成都小天竺支行,账号:783010188000185718)遗失,声明作废。