

CoCo 都可获世界品牌大奖 品牌全新 IP 亮相

在千亿级的新茶饮巨池中，各大茶饮品牌激烈争夺市场份额，通过不同的方式来洞察和满足消费者及行业需求。从外显的设计感与产品力的比拼，到店铺运营、营销策划与渠道的运筹，而今内化为品牌价值与长期赢得消费者信任和喜爱的底层能力较量。

无疑,这背后离不开品牌经营实力、高品质产品、消费者口碑等众多核心因素构筑而成。

过去一年,有些茶饮品牌被动“卷”着,有些则在茶饮事业的稳步发展中持续带来惊喜,正如 CoCo 都可向消费者诠释了品牌长效生命力及自我突破的精神。

这种不断尝新、勇于与年轻人玩在一起的品牌态度,搭建了品牌“人格化”与受众情感的强关联,获得了高粘度的忠实粉丝,实现了品牌力的跃迁,也得到了行业高度认可。2022 年,CoCo 都可 在世界品牌论坛、咖门“万有饮力大会”、中国(成都)首届新茶饮大会上荣获多个重要奖项。

在一步一个脚印中沉淀

2022 年 11 月 3 日，由世界品牌论坛(World Branding Forum) 主办的世界品牌大奖颁奖典礼(World Branding Awards),在英国皇家宫殿伦敦肯辛顿宫(Kensington Palace)隆重举行,以表扬世界各地成功品牌的超卓表现。CoCo 都可荣获被誉为“世界品牌奥斯卡”的“年度世界品牌大奖”。

同样,CoCo 都可去年一举拿下多个国内大奖。在新茶饮头部自媒体咖门举办的 2022 万有饮力大会上,CoCo 被授予“年度战略影响力品牌”奖。在上海市商业联合会、上海市东方世纪消费品发展促进中心等主办的 2022 快消品对接论坛上,CoCo 获得了“2022 上海现制饮品“金品品牌””奖。由餐饮头部产业媒体红餐网举办的餐饮品类发展探讨沙龙上,CoCo 获得了“2022 中国茶饮十大品牌”奖项。

这些奖项既是 CoCo 2022 年的注脚,也是品牌发展过程中所收获的丰硕成果。

长效经营的健康发展

由四川省商务厅指导、抖音生活服务主办的 2022 中国(成都)首届新茶饮大会上,Co-Co 斩获“年度影响力品牌”奖项。大会现场,CoCo“揭秘”了作为资深玩家,在茶饮赛道保持活力与锐利的有力探索 -- 抖音直播,并荣获由抖音生活服务颁发的“年度长效经营奖”。

如何捕获 Z 世代粉丝人群? CoCo 都可抖音负责人陆雅给出了答案。她提到抖音生活服务是品牌从公域引导粉丝至私域的重要阵地,自布局以来,CoCo 新增近 90 万年轻粉丝,并创新性地策划了场景化直播方式。她表示:“我们秉持与粉丝强互动、弱营销的原则,通过优质的原创视频和 UGC 共创内容来反哺产品输出。未来,我们将以种树代替种草,在每一次与 Co 粉的互动中持续输出品牌情感、品牌文化与价值观,实现短期效益的同时,构筑长期的品牌力壁垒。”

在这个过程中,CoCo 让自身持续“保鲜”,将“品牌”作为传播介质与年轻人对话。为了更生动形象地输出品牌态度,全新升级了 IP 小精灵形象。

聪明好奇、爱倒腾、爱分享的性格与其可爱的外形、丰富的肢体语言和表情赋予了品牌拟人化的情感表达。小精灵在各场景的活泼互动,正是紧抓年轻人“爱玩”的特点与其创造的惊喜感与情感价值,也衬托出 CoCo “有惊喜,才都可”的品牌理念。

产品力与营销力的加乘

产品永远是品牌的生命线,但在新茶饮内卷的当下,爆品难出、且生命周期短。CoCo 面对行业拦路虎,摆脱单纯爆品思维,而是为产品贴上戳中年轻人情感共鸣的标签。

回顾过去一年产品研发,从“搞桶水果 778”到“现煮绿豆冰”再到“懒人石榴系列”,CoCo 似乎总能将看似普通的原材料与年轻人的口味、回忆、习惯等情感需求连接上。快速捕捉夜宵文化、加班文化、懒人文化、怀旧等情绪共鸣,时刻把握产品反应速度,在与年轻人的分享和表达中完成了产品记忆点与曝光。

在营销上,一向爱玩也敢玩的 CoCo 不受外卷局势影响,去年七夕和万圣节两场联名打开了行业营销的新思路。更可贵的是,Co-Co 的玩法从未局限在单一风格上,而是广泛吸收当下的潮流热点,尝试国风、传统文化、潮流 IP 等多种风格,打破边界,圈层更多的消费者。

B 站作为新生代沟通与青年文化输出的阵地,也成为 CoCo 与 00 后粉丝交流“玩乐理念”的主渠道。自 CoCo 都可官方账号运营以来,视频多次获得热门推荐,活跃粉丝占比超 95%,粉丝直呼“CoCo 是懂二次元的”!从视频选题到内容创意、从人物设计到音乐选择,均展现了用心与细节。CoCo 还为粉丝画像特别打造了虚拟形象“OK 兄妹”,进一步丰富品牌人设,实现品牌精准拟人化传播。

求变,是品牌对抗市场波动的方式,不变的是品牌提供好产品的坚定信念。期待 CoCo 继续以茶饮为媒,在一次次惊喜中陪伴一代又一代年轻人成长,与粉丝成为玩在一起的朋友。

(据中国商报)

三里屯酒吧街蜕变

■ 张天元 王思琦

北京三里屯商圈即将迎来新蜕变。与太古里仅一街之隔的三里屯酒吧一条街关停倒计时引发热议,1 月 31 日,记者在现场看到,街上 13 家商户都尚未营业,部分门店还贴着告知书。曾经热闹非凡的酒吧街又该走向何处?据三里屯街道办事处介绍,未来将继续保留酒吧街品牌,同时引入轻食、咖啡等更多新业态。分析指出,从长远角度来看,三里屯酒吧街的调整和提升较为必要,未来还需通过多业态融合来提升门店坪效,以更丰富的服务来满足消费者需求,从而助力北京打造国际消费中心城市。

保留酒吧街品牌 引入更多新业态

一侧是商业街,另一侧是酒吧街,热闹的太古里即将迎来变动。“北京三里屯酒吧街关停倒计时”一话题在社交媒体上引发不少讨论,许多消费者都在关心这条酒吧街到底将何去何从。

记者注意到,部分商户门前贴着“限期腾退房屋告知书”,其中显示,经第三方专业机构综合鉴定,房屋结构安全性已不适合经营,酒吧街承租商户须于 2023 年 1 月 31 日前清空租赁房屋内物品并搬离房屋。不过,记者在现场看到,商户们并未清理店内设施物品,依旧保留着桌椅等物品,部分门店内看起来较为老旧,设施上有轻微积灰,似乎有时日未营业,还有个别商户店内较为杂乱,盆栽和靠垫都较为无序地摆在桌椅上。另外,还有商户的门前拉起了围挡线。

酒吧街的商户是否会继续营业?未来又会进行怎样的改造?对此,三里屯街道办事处副主任卫磊介绍,按照市区自建房屋专项整治工作要求,经第三方专业机构对酒吧街房屋安全状况进行综合鉴定,鉴定结果为 D 级,房屋结构安全性已不适合经营,严重影响整



体安全,需要马上进行消隐和抗震加固。为此,三里屯街道启动对酒吧街商户的腾退。

“此前酒吧街受到市民、游客欢迎,未来将继续保留酒吧街品牌,同时引入轻食、咖啡等更多新业态,提供更多消费服务,满足更多消费需求。”卫磊介绍,预计三里屯慢行系统也将于最近开工建设,酒吧街的改造升级计划与慢行系统建设同步开展。

打造文化三里屯 守住潮流名片

从服装街和汽配街的发源地,到潮流时尚打卡地,三里屯的发展提质增速。生活在三里屯附近的居民告诉记者,“最早时期的三里屯北延区是由一批铁皮房组成,那里拥有正宗意大利冰淇淋、摇滚乐队和最早的酒吧文化”。

经过数十年的发展,酒吧文化逐渐成为了三里屯发展的“代名词”,提到三里屯,就一定会想到奇装异服的网红和灯红酒绿的酒吧街。现如今,在培育国际消费中心城市的道路上,三里屯作为四个千亿级消费商圈中的重要一环,将着重打造“文化三里屯”,让三里屯整体的文化属性越加明显和纯粹。扰民的脏街不再,夜晚轰鸣的酒吧音乐也逐渐消失,这些有争议的业态也被书店、咖啡一条街、各类首店文化所替代。

今年,太古里南区的主入口两大独栋都

进行了焕新,原来的优衣库搬去了西区,Gentle Monster 带着自己独特的装置和重装入市的阿迪达斯成为了太古里的新门面。不仅如此,户外品牌壁克峰、潮牌 we11done 也陆续入市。选址中国数据显示,2022 年北京市共引进首店 812 家,其中朝阳区引进首店 433 家,三里屯商圈引入首店 63 家。截至目前,三里屯商圈已实现 5G 信号全覆盖。

北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳指出,三里屯酒吧街的品牌不应丢掉。在北京建设国际消费中心城市的过程中,必然存在文化和消费多元化的需求,而三里屯酒吧街能够从一定程度上满足相关需求。事实上,随着消费者的生活方式更加丰富,作为酒吧文化代表的三里屯酒吧街也在向外扩散,北京的特色酒吧与酒吧聚集区逐步增加。所以从更长远的角度来看,有必要对三里屯酒吧街进行从一条街到一个街区的升级,在空间区位、设施条件和环境等方面全面调整和提升,既保存原有的基因,也注入新的元素,从而打造丰富、多元化、具有特色的酒吧文化。

多业态融合 助力国际消费中心城市建设

酒吧街的改造仅是北京打造国际消费中心城市的其中一环,未来,三里屯还在计划着许多大事。2022 年 11 月,北京市商务局正式

泰安非遗“花边伞”春节走俏海内外市场

■ 梁焱 徐峰

1 月 31 日,春节假期刚过,山东省泰安市岱岳区大汶口镇的一家工艺伞厂一片繁忙,宽敞明亮的厂房内,一把把大小不一、花样繁多的伞十分精美。“这是花边伞,这批货是海外客户年前预定的,近期就要发货了。”该厂负责人唐斌杰对记者说。

从春节前的 2 个月开始,唐斌杰的花边伞厂就开始忙了起来。

今年 45 岁的唐斌杰是大汶口镇前东庄村人,自幼跟着父亲学习花边技艺,是大汶口花边技艺的第四代传承人,熟悉 20 余种花边技艺针法,是远近闻名的花边伞制作艺人。

大汶口花边技艺距今已有两千多年的历史,是中国传统刺绣工艺的典型代表,素有“抽纱瑰宝”的称号。大汶口花边技艺是在图纸上编织成各种主花图案,以棉线、麻线、丝



● 绣工在图样上进行手工刺绣。 陈阳 / 摄
线等各种织物为原料,经过绣制和编织而成的装饰性镂空伞制品。“在编织过程中,每道工序都要十分严谨。”唐斌杰说。

千百年来,随着花边技艺传承发展,会花边伞制作的艺人越来越多,规模越来越大,形成了以大汶口镇为中心,辐射周边乡镇的花边伞制作与销售区域。

宠物产业向专业化品牌化发展

■ 赵昂

春节假期刚刚过去,今年各大平台的年货消费数据也陆续出炉。一个很明显的消费现象是,宠物相关的年货搜索量大增,从宠物年夜饭、宠物洗护用品到宠物新衣服不一而足,带“毛孩子”回家过年,正在成为一种新的消费趋势。

数据显示,2021 年全国城镇宠物狗和宠物猫的总数就已经超过 1.12 亿只,城镇宠物猫和宠物狗的消费市场规模达到 2490 亿元。

庞大的宠物市场崛起,是有着其经济背景的。一般认为,当人均 GDP 在 3000 美元~8000 美元之间时,宠物行业就会快速发展,而我国人均 GDP 早已突破 1 万美元大关。物质生活水平的提高,自然会带来宠物消费的需求,加之多子女家庭比例上升,人口老龄化趋势出现,以及家庭平均人口下降,宠物可以为孩童、老年人、年轻夫妻以及单身群体提供情感陪伴。

而宠物产业链也覆盖较多细分产业,从宠物诊疗、训练、用品、食物、保健、寄养到运输等不一而足,行业规模较大,并涉及其他衍



求,加之多子女家庭比例上升,人口老龄化趋势出现,以及家庭平均人口下降,宠物可以为孩童、老年人、年轻夫妻以及单身群体提供情感陪伴。

而宠物产业链也覆盖较多细分产业,从宠物诊疗、训练、用品、食物、保健、寄养到运输等不一而足,行业规模较大,并涉及其他衍

▶▶▶ [上接 P1]

打造中国电商全球名片 外贸大省广东准备好了



优势,通过全球优品分拨中心的数字服务平台,实现了国内首创的、多种贸易灵活转换的“全球一盘货”模式,是全国跨境唯一支持“一仓发全网、全网货共享”的数字通关平台。“展望未来,卓志有信心借助广东粤港澳

大湾区数字创新和监管创新的优势,通过五外联动的组合拳打造广州跨境贸易枢纽城市,帮助更多国际 500 强品牌通过跨境电商实现国际分拨、优品集聚和买全球卖全球的目标。”卓志跨境总裁李金玲表示。

与此同时,随着当下跨境电商行业进入比拼消费者理解,比拼品牌化建设的能力的阶段,坚持高质量满足用户需求、持续提升用户体验,则成为龙头平台的奋斗方向。

对于 SHEIN 而言,整合广东省内的产业资源、持续修炼“内功”、优化经营效率,成为关键。

2022 年 12 月,SHEIN 在肇庆新区拍下了二期用地,计划投资 35 亿元,建设湾区西部

发布《北京市商业消费空间布局专项规划(2022 年~2035 年)》(以下简称《规划》),《规划》指出,未来,三里屯商圈将重点强化国际交往功能,展现国际消费魅力,加强消费热点之间慢行空间联系,推动地下消费空间和廊道建设,建立步行环境舒适连续、空间节点起伏有序的消费活力廊道,促进交通秩序改善与消费环境提升相结合,整体打造时尚魅力高、消费氛围浓的国际消费体验区。

中国百货商业协会秘书长杨青松认为,三里屯想要成为中国 IP,应该把所有规划建设招商都放在“高质量推进国际消费中心城市建设”的大方向之下。酒吧街及轻食、咖啡业态的调整和补充,可以更好地丰富服务内容,满足消费者对国际化商圈的多样化需求。三里屯商圈未来的发展,仍需要以潮流消费为主力引领,这是一个大前提或发展根基,酒吧及咖啡等休闲业态作为辅助业态给予消费者多元购物体验,满足多年龄层次消费者的不同需求,使得三里屯给予消费者的消费印象也更为深刻,通过更丰富的业态和更多元的 IP 文化,吸引更多广泛的消费者。

同时,商圈发展要注重数字化的应用,在吸引客流、留住客流、顾客复购等方面,数字化都在发挥越来越重要的作用。政府更要发挥引导作用,国际任何大型商圈的建设,背后都离不开政府的作用,包括规划建设、宣传引导、个性化扶持政策(外摆等),无法仅仅依靠市场主体来完成。

“保留酒吧街,保留消费者印象中的三里屯,或许也是文化三里屯的体现。”杨青松表示。

赖阳进一步指出,三里屯酒吧街的升级对于北京酒吧文化较为重要,但酒吧文化的打造不应局限在一条街上。目前看来,许多酒吧企业都在进行多业态结合,通过结合多业态来提升门店坪效。未来,三里屯酒吧街还需增加更多功能、服务以及文化融合,来满足消费者的多样需求,更好地助力北京建设国际消费中心城市。

正创新,把新学的设计理念创新运用到刺绣工艺伞上。

为更好地开拓市场,唐斌杰一方面将现代设计融入传统工艺,创新设计出花边伞和花边扇;另一方面利用亚马逊、阿里巴巴等电商平台,迅速在国内国际市场打开销路,与 10 余个国家和地区建立了稳定的供销关系,年订单量超 50 万件。“我们的产品供不应求,订单已排到了今年 6 月份。”

在当地政府支持下,唐斌杰在新时代文明实践中心设立工作室,为当地无法外出工作或者暂时失业的妇女培训花边技艺 100 余人次,帮助 300 多名农村富余劳动力实现就业。

“春节过后,我们计划加强对绣花花边技艺培训,持续创新产品设计,为传统花边技艺持续注入新活力,做大做强花边技艺产业,带领村民们持续增收致富。”唐斌杰说。

生类似的消费需求和倾向。

这就意味着,未来宠物饲主的消费需求,将是更加专业化个性化的,市场也将更加精准细分,并由此形成新的宠物消费理念。举个例子,同样是狗粮,不同品种、不同体质、不同年龄的宠物需求是不一样的,辅食就更加丰富了。

“毛孩子”有大市场。面对更加专业化且细分市场,宠物行业企业不仅要更加专业化,也需要品牌化,形成头部企业引领行业,在这一基础上形成产业链的集中化和集群化发展态势,而在这一过程中,有关方面也应尽快完善宠物行业产品和服务的相关标准,促使产业转型升级。而能否有企业,在宠物产业上构建起“从摇篮到墓地”的一系列服务,也是值得期待的。

智慧产业园项目,包括智能分拣中心、订单分拨中心等多功能项目。此外,根据 2022 年 2 月广州市发改委印发的《广州市 2022 年重点项目计划》,SHEIN 将在广州市增城区中新镇投资 150 亿元建立“希音湾区供应链总部项目”,总占地约 3000 亩,总建筑面积约 330 万平方米。

进一步挖掘国内丰富的产业资源,将中国电商行业的经验和优质体验传递到海外市场,打造中国电商名片,则是哆啦科技的发展路径。“目前,公司合作的中国商家中超过 30%为广东企业;未来,公司将服务更多广东商家跨境出海,助力国货、广货广销全球。”1 月 29 日,哆啦科技相关负责人说道。