

2021年年货季如约而至,线上线下渠道加速融合,直播间带货成为置办年货新战场,个性和细分消费需求显著增长……

年货备战:把握新形势 应对新消费

来伊份:不惧“双寒流” 双线联动护航年货

□ 本报记者 卢岳

“新冠”疫情爆发之初,正值2020年春节前夕,原本应该热闹非凡的“年货节”却遭遇史上最大的“寒流”,休闲食品行业作为春节年货的主要消费市场受到了冲击。时隔一年,各品牌厂家的复工复产已基本恢复到疫情前的水平,市场消费结构也在持续的变化中,“懒人经济”催生出各式各样的大单品,如“自热火锅”“自热螺蛳粉”等,满足了疫情期间消费者的独特诉求。

随着牛年“年货节”逐步开启,“抗疫经营”已常态化,并且大部分的企业加速完成了对架构和经营模式的适应性调整,线上和线下的业务联动性相较于过去任何一个时期都更加紧密,其中上海来伊份股份有限公司(以下简称:来伊份)依托自建全渠道“智慧零售”平台,串联线下3000家门店和线上APP/小程序/电商旗舰店,融合并分析大数据进行合理精准调配,同步各条业务线,联手中通云仓对门店仓储、物流直接赋能,并且通过消费数据分析,对数据进行精细化、标签化管理,助推了精准营销的触达和服务体验的提升。

近日,记者采访了上海来伊份股



份有限公司相关负责人了解到,2020年末,来伊份“万家灯火”计划取得里程碑式的突破,迈入了3000门店时代,随处可见的“新鲜!中国年”标语及品牌代言人王一博的新年祝福,爆款单品直入眼帘,处处洋溢着浓浓的过年气氛。

“虽然疫情还会有突发和反复,但临近春节进店的顾客不少,我们的线上购买渠道非常方便,单品数量多,礼盒种类也多,订单量比以往都要高,像

‘新鲜优果’礼盒、‘百年好核’小核桃仁这些消费者过年餐桌上的必备零食,已经成为来伊份倍受欢迎的单品,还有‘脏脏牛轧糖’‘香菜味日式风味小圆饼’等新晋产品销量也很大。进入到年货节周期以来,线上订单数量环比前几个月有明显上涨,整体营收稳定。”来伊份上海松江九亭大街店负责人在接受媒体采访时表示。

本报记者了解到,为应对线上订单激增的情况,来伊份线上线下同步

发力,从“全国3000店”庆典配合“双旦”营销活动打响年货节前哨战,调动目标消费人群的积极性,向线上营销互动平台即官方社交媒体矩阵引流,打通公域流量与私域流量,高频次、高效地推送高质量内容,反复触达消费者,培养消费者心智,最终落地一系列主题营销活动反哺线上线下,既实现了流量激活又为后续的营销和营销活动打造活跃的“流量池”。

“为了应对此刻的双寒流,我们在

线上发起年货节的总攻,推出一支‘新鲜,中国年’H5,采取双单品策略,将品牌宣传、促销折扣、消费场景和跨界创意四力合一,设计丰富的交互功能增添趣味性,鼓励消费者生成海报进行扩散打造传播闭环。”来伊份相关负责人在接受本报记者采访时表示。

他指出,在国内疫情的有力控制下,本土连锁休闲食品行业基本得以恢复,也为行业的持续稳定发展打下了良好的基础。在疫情之下,众多企业众志成城,积极先行,其中不乏连锁休闲食品行业的先行者们顺势而为,全面洞察、灵活应变,在开辟新鲜零食新赛道同时,回馈了消费者和行业,而也正是因为这些企业的付出,整个连锁休闲食品行业的未来将更有值得期待。

□ 本报记者 卢岳

“这是一个光明的季节,这是一个黑暗的季节;这是希望的春,这是失望之冬。”狄更斯在《双城记》的描述正表达了葡萄酒业的现状。随着年货季的如约而至,葡萄酒作为年货酒水品类的重要角色,吸引着全行业品牌摩拳擦掌。1月5日,本报记者采访了葡萄酒行业后起之秀奥兰酒业总经理曹健,该负责人在接受采访时表示,在近年年货季的全新消费需求下,“直播带货”依旧是酒企备战年货季的重要发力点。

临近春节,酒水行业迎来一年中最重要的消费季。伴随着2020年疫情防控常态化,消费者的消费心理、消费需求、消费形式、消费习惯都发生巨大变化。作为传统行业,酒水也开始积极拥抱互联网催生的新世代,朝数字化市场进行转型。本报记者看到,李佳琦和薇娅是2020年直播带货大行其道时最杰出的代表,在直播带货席卷各行各业同时,知名酒企也纷纷走进了主播们的直播间。

曹健在接受本报记者采访时表示,2020年酒企在互联网平台销量大幅增长,酒类直播营销透露出深度挖掘价值。在“直播+电商”的模式中,人、货、场进行效率最大化的联动进而大幅提升市场转化率。因此在今年年货季的全新消费需求下,“直播带货”依旧是酒企一大重要发力点。在此趋势下,奥兰酒业早早做好了充分准备迎接年货季,2020年与薇娅、陈洁Kiki等头部主播进行合作,取得薇娅单场4小时销售额1000万+的好成绩。所以在年货季期间,奥兰还将与更多垂直领域的N+头部主播合作。奥兰酒业董事长郑俊杰表示:“经过酒水直播观察,我们能发现奥兰进入直播间的目的不仅仅是促进销量,更是增加在年轻消费群体面前的曝光量和亲密感。”

本报记者了解到,除了直播带货,奥兰酒业还不断深化与生鲜新零售行业的合作。去年3月份,与每日优鲜发起“听女人的话”主题活动,邀请百位国内知名明星艺人、时尚达人联合倡导“在家吃饭,每日优鲜”的生活态度;随后,奥兰酒业又与超级物种进行直播合作;同年7月携手盒马生鲜,打造“干杯吧!蓝朋友”夏日音乐节……在多元化合作中,奥兰酒业不断实现品牌推广及销量提升。奥兰酒业总经理曹健表示,年货季期间,生鲜新零售将迎来又新一波的高峰期,而奥兰酒业也将乘着这股东风,再次实现销量突破。

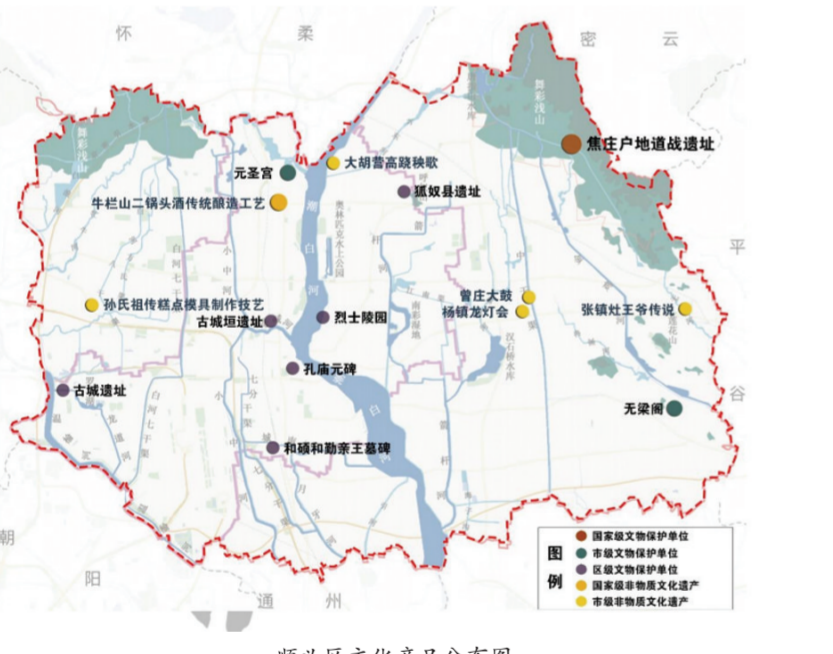
2020年疫情也加剧了葡萄酒行业的分裂,部分品牌急于转型同时,市场暗藏着全新的机遇。在奥兰酒业看来,葡萄酒市场机遇值得期待,“首先未来三到五年,随着‘80后’成为社会主流,葡萄酒消费需求将迎来井喷;其次,随着消费者健康养生意识的觉醒,红酒健康的观念将得到进一步普及;在跨境电商迅猛发展、各大专业酒行的兴起以及网购红酒的进一步普及,消费者随时购买到世界优质红酒已经实现。”曹健表示,随着中国经济的复苏和年轻消费人群的成长,葡萄酒市场将迎来恢复性增长,酒精低度化大趋势不会改变。在葡萄酒大品类里,其实还有很多新赛道值得尝试,比如一些被低估的大单品,有机葡萄酒、认证的精品葡萄酒、无醇葡萄酒等。

在奥兰酒业看来,中国葡萄酒市场已经开始走向“六化”,即“线上线下一体化、视频化、共享化、数字化、传播精准化、社群化”,进口葡萄酒的未来是价值回归,因此新形势下,对于酒水行业的供应链强者和优质品牌运营者而言,恰恰是机遇所在。



奥兰酒业:抓住葡萄酒业机遇 持续发力直播带货

北京顺义:抓紧疫情防控常态化契机 推进文旅融合



顺义区文化产品分布图

疫情之下,旅游作为最受冲击的行业之一,突然的停摆给行业带来巨大损失。面对损失,旅游行业同样存在几大挫折让行业实现“逆境中”翻身。只有旅游业升级为真正的文旅产业,实现“文、旅互为动能”“文化成为旅游的核心驱动力”,才能更好地满足群众消费观日益向精神层面转化、消费倾向向文化回归等趋势,文旅产业才有机会从蛰伏到复苏并实现逆势向翻盘。

一、疫情对北京顺义区文旅融合的影响

在北京市顺义区不断完善旅游基础设施、激活文化市场等一系列利好措施的推动下,2020年顺义春节期间旅游和文化市场消费可能突破2亿元,达到有史以来的峰值。但新冠肺炎疫情的突然爆发,使景区、娱乐场所和影院全部关停,取消大型活动106场,由此造成断崖式的经济损失,遭遇打击巨大。随着疫情防控等级的调整和北京市市局统一部署,2020年“五一”期间旅游逐步复苏。与2019年相比,在疫情常态化防控的前提下,旅游市场基本恢复了同期的50%,促进了旅游业消费回补和潜力释放。

二、疫情对文旅产业融合的倒逼作用

此次疫情危机给文旅融合至少带来以下变因。首先,疫情倒逼企业创新发展。疫情危机造成旅游行业大洗牌几乎

已成定局。经过摸排,文旅企业数量从639家减少到482家,能坚持到复苏期的只有两类企业,一类是家庭相对厚实的,一类是积极进行模式创新的。第二类模式创新必然形成行业升级的原始动力。其次,疫情倒逼国内游成主流。鉴于疫情全球爆发,出境游市场必然继续停滞,相对于全球,中国成为最安全的地区,因此旅游产业所有的复苏希望都将寄于国内游市场。

最后,疫情倒逼旅游关注点转变。疫情带来的心理变化,会促使国人消费观发生转变。一是更加倾向于健康养生的旅游内容;二是随着中国文化自信的增强,以传统文化为核心的旅游将成为旅游主流;三是疫情背景下,以直播、视频等为首一应用层的新零售业态升级倒逼所有行业入局,优质内容作为核心力量必然崛起。

三、“后疫情”时代顺义区文旅融合的优势和问题

尽管疫情让顺义区旅游、文化事业陷入低谷,但文旅政策的进一步完善、新文化中心的对外开放、历史文化与旅游结合的巨大空间、非遗资源丰富多元、旅游资源品牌形象的再塑造等方面的优势也将让顺义区文旅融合绝境逢生、实现逆袭,推动顺义区文旅的转型和升级。政策助推有力,但顶层设计欠缺。

2019年是顺义区文旅融合元年之,但文旅融合在我国已有10年发展历史。顺义不仅在政策上重视文旅融合的发展,财政金融上也给予极大支持,开展市“公共文化服务体系示范区”创建工作,带领顺义公共文化服务向规范化、标准化、现代化和智慧化方向迈进。但是,顺义区尚未编制统筹文化和旅游发展兼顾文旅产品和供给的顶层设计。

节庆活动丰富,但市场供需有待平衡。节庆活动的举办让文旅融合具有可操作性。文化方面,顺义区目前形成了“二月新春”“五月鲜花”“十月金秋”三大系列文化旅游节庆活动,共包含24项活动内容,节庆活动基本实现全年全覆盖。三大系列节庆活动中的舞彩浅山旅游登山文化节、樱桃采摘旅游文化节、冰雪温泉欢乐季等在顺义区具有较高品质与较强的区域影响力。但是,顺义文艺演出品质、丰富度还有待提高,夜间经济发展总体处于初级阶段,还未形成能满足游客需求的供给市场。

四、后疫情时代顺义区文旅融合的策略

后疫情时代,人们对心理纾解、心绪和缓有着强烈追求,这就要求顺义区在发展文旅产业融合时,以当地独有的文化资源为依托和基石,更偏好于自然清新、健康安全的旅游景区和线路。“疫情常态化”下,顺义区文旅融合要在做好顶层设计基础上,做好“内容为王”的打造和传播。

首先应逐步构建文旅融合的政策支撑。顺义区文旅融合要想在疫情危机中恢复和发展,离不开市、区层面政策支

持。在加快编制《顺义区“十四五”时期文化和旅游发展规划》的基础上,深入研究和旅游在产业链条、产品输出、市场半径等方面的解决途径,并通过“行动计划”“实施方案”等政策文件下发全区,让文旅融合有时间节点、有具体任务、有完成部门、有实现目标,实现“以文促旅、以旅彰文”的理念;政府应进一步提升行政管理的统筹功能,加强在管理、开发、产业引导、投融资等方面的创新。

其次应着力构建公共文化的多元局面。公共文化服务从运营角度来看,政府职能方面要做好多元供给模式转变,让更多的社会组织参与进来,既为社会组织提供更广阔的发展空间,也能为公共文化服务建设提供合法性,吸引更多的人才和资金,更能让政府实现由“办”转变为“管”的职能模式,公共文化服务不再由政府独家供给,实现建立服务型政府的目标。

第三应逐渐开发古韵浓厚的旅游产品。我国经历重大疫情后,随着爱国情绪高涨,传统文化游成为重要旅游趋势。顺义区现存不可移动文物有35处,其中只有焦庄户地道战遗址开发成爱国主义教育基地和3A级旅游景区。元圣宫、开元寺、无梁阁等文物古迹均处于保护未开发状态,使得顺义区现存旅游格局缺乏文化内涵的支撑。



顺义区旅游产品分布图

旅项目类型较齐全,但精品项目少。顺义旅游资源多样,类型齐全,但顺义传统旅游景区项目级别低,旅游产品发展相对滞后,缺少绝对引爆性产品和面对中远距目标市场的目的地型旅游产品。

节庆活动丰富,但市场供需有待平衡。节庆活动的举办让文旅融合具有可操作性。文化方面,顺义区目前形成了“二月新春”“五月鲜花”“十月金秋”三大系列文化旅游节庆活动,共包含24项活动内容,节庆活动基本实现全年全覆盖。三大系列节庆活动中的舞彩浅山旅游登山文化节、樱桃采摘旅游文化节、冰雪温泉欢乐季等在顺义区具有较高品质与较强的区域影响力。但是,顺义文艺演出品质、丰富度还有待提高,夜间经济发展总体处于初级阶段,还未形成能满足游客需求的供给市场。

四、后疫情时代顺义区文旅融合的策略

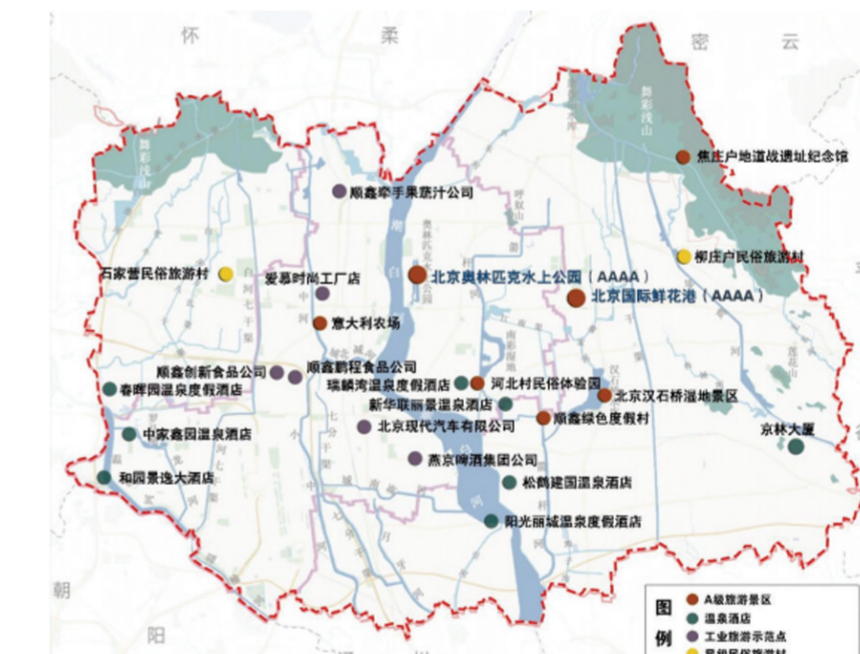
后疫情时代,人们对心理纾解、心绪和缓有着强烈追求,这就要求顺义区在发展文旅产业融合时,以当地独有的文化资源为依托和基石,更偏好于自然清新、健康安全的旅游景区和线路。“疫情常态化”下,顺义区文旅融合要在做好顶层设计基础上,做好“内容为王”的打造和传播。

首先应逐步构建文旅融合的政策支撑。顺义区文旅融合要想在疫情危机中恢复和发展,离不开市、区层面政策支

持。在加快编制《顺义区“十四五”时期文化和旅游发展规划》的基础上,深入研究和旅游在产业链条、产品输出、市场半径等方面的解决途径,并通过“行动计划”“实施方案”等政策文件下发全区,让文旅融合有时间节点、有具体任务、有完成部门、有实现目标,实现“以文促旅、以旅彰文”的理念;政府应进一步提升行政管理的统筹功能,加强在管理、开发、产业引导、投融资等方面的创新。

其次应着力构建公共文化的多元局面。公共文化服务从运营角度来看,政府职能方面要做好多元供给模式转变,让更多的社会组织参与进来,既为社会组织提供更广阔的发展空间,也能为公共文化服务建设提供合法性,吸引更多的人才和资金,更能让政府实现由“办”转变为“管”的职能模式,公共文化服务不再由政府独家供给,实现建立服务型政府的目标。

第三应逐渐开发古韵浓厚的旅游产品。我国经历重大疫情后,随着爱国情绪高涨,传统文化游成为重要旅游趋势。顺义区现存不可移动文物有35处,其中只有焦庄户地道战遗址开发成爱国主义教育基地和3A级旅游景区。元圣宫、开元寺、无梁阁等文物古迹均处于保护未开发状态,使得顺义区现存旅游格局缺乏文化内涵的支撑。



顺义区节庆产品分布图

持。在加快编制《顺义区“十四五”时期文化和旅游发展规划》的基础上,深入研究和旅游在产业链条、产品输出、市场半径等方面的解决途径,并通过“行动计划”“实施方案”等政策文件下发全区,让文旅融合有时间节点、有具体任务、有完成部门、有实现目标,实现“以文促旅、以旅彰文”的理念;政府应进一步提升行政管理的统筹功能,加强在管理、开发、产业引导、投融资等方面的创新。

最后应逐步构建圈层运营的宣传格局。新冠肺炎疫情的发生,让游客对健康和养生旅游的需求大幅增长。康养旅游将会成为中国旅游产业中最为重要的组成部分之一。顺义景区在整体营销时,要突出康养健身主题,利用抖音、快手等新媒体构建“顺义+康养”的圈层印象,形成高黏度粉丝圈层。

新冠肺炎疫情的爆发让顺义区文化事业、旅游业遭受了巨大的损失,同时消费理念、消费文化的转变也为文旅融合提供巨大契机。顺义区要将在地性文化资源加以利用,赋予旅游历史内涵;将旅游深度打磨,做好“故事性”传播,建立粉丝黏性,以疫情常态化为契机,加速推进文旅融合,提供高质量的文旅产品供给,实现文旅融合发展成果由人民共享的理念和初心。

(北京市顺义区文化和旅游局党组书记、局长 申志红)

法院公告栏

王建新: 本院受理原告王先化诉你民间借贷纠纷一案,现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、执行裁定书及开庭传票。自本公告发出之日起,经过60日即视为送达。提出答辩状及举证的期限分别为公告送达期满后的15日和15日内,并于举证期满后的第三日上午9时(遇法定节假日顺延)在本院第一审判庭公开开庭审理本案,逾期将依法缺席判决。特此公告。

内蒙古自治区西乌珠穆沁旗人民法院 王玉朋: 本院受理原告王先化诉你民间借贷纠纷一案,因无法与你取得联系,现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、告知权利义务通知书等诉讼材料。自本公告发布之日起经过60日即视为送达,提出答辩状的期限和举证期限均为公告期满后的15日,定于举证期满后的第三日下午14时30分(遇节假日顺延)在本院第二审判庭公开开庭审理,逾期将依法缺席判决。

贵州省安龙县人民法院 卢道坤: 本院受理原告肖佑诉被告卢道坤民间借贷纠纷一案,即(2020)黔0602民初2923号案件。现已审理终结。现依法向你公告送达本院民事判决书。自公告之日起60日内到本院第一人民法庭领取判决书,逾期未领取则视为送达。该判决书正文为:由被告卢道坤于本判决生效之日起十日内偿还原告40000元。案件受理费925元、公告费600元,共计1525元,由被告卢道坤承担。如不服本判决,可在公告期满后15日内向本院递交上诉状及副本,上诉于铜仁市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

贵州省铜仁市碧江区人民法院 杨华方: 本院受理原告杨建诉被告杨华方民间借贷纠纷一案,即(2020)黔0602民初2910号案件。现已审理终结。现依法向你公告送达本院民事判决书。自公告之日起60日内到本院第一人民法庭领取判决书,逾期未领取则视为送达。该判决书正文为:由被告杨华方于本判决生效之日起十日内偿还原告3000元。案件受理费550元、公告费600元,共计1150元,由被告杨华方承担。如不服本判决,可在公告期满后15日内向本院递交上诉状及副本,上诉于铜仁市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

贵州省铜仁市碧江区人民法院 任丘市泽凯商贸有限公司: 本院受理原告任丘市市场监督管理局与被告任丘市泽凯商贸有限公司行政裁定书(2021)冀0982行审2号行政裁定书。限于公告之日起60日内来河北省任丘市人民法院领取裁定书,逾期视为送达。特此公告。

河北省任丘市人民法院 汪君: 本院受理原告汪君与被告任丘市市场监督管理局行政纠纷一案,因无法与你取得联系,现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、开庭传票、合议庭组成人员通知书、诉讼风险告知书。自公告之日起,经过六十日,即视为送达。提出答辩状的期限和举证期限分别为公告期满后的十五日和三十日。并于2021年4月20日10时在本院南院第二审判庭开庭审理,逾期将依法缺席判决。特此公告。

四川省南部县人民法院 王君: 本院受理原告何江与被告陈娟纠纷一案,现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、开庭传票、合议庭组成人员通知书、诉讼风险告知书。自公告之日起,经过六十日,即视为送达。提出答辩状的期限和举证期限分别为公告期满后的十五日和三十日。并于2021年4月19日在本院南院第二审判庭开庭审理,逾期将依法缺席判决。特此公告。

四川省南部县人民法院 李桂枝: 本院受理原告李海与被告李桂枝合同纠纷一案,已审理终结。现依法向你公告送达(2020)冀0722民初1475号民事判决书。自公告之日起60日内到本院第二庭领取判决书,逾期视为送达。

河北省张北县人民法院 李俊: 本院受理原告中国农业银行股份有限公司张家口长青支行与被告信用卡纠纷一案,已审理终结。现依法向你公告送达(2020)冀0722民初243号民事判决书。自公告之日起60日内到本院第二庭领取判决书,逾期视为送达。

河北省张北县人民法院 郑翠平: 本院受理原告河北承德农村商业银行股份有限公司与被告承德市承德县农村商业银行合同纠纷一案,已审理终结。现依法向你公告送达(2020)冀0722民初1432号民事判决书。自公告之日起60日内到本院第二庭领取判决书,逾期视为送达。

河南省夏邑县人民法院 拍卖公告
河南省夏邑县人民法院定于2021年1月25日10时30分至2021年1月26日10时在公开拍卖司法拍卖网络平台上进行公开拍卖夏邑县国恒化工有限公司目前所有的机器设备。第二次拍卖保留价定为278900元,保证金20万元,增价幅度为10000元。详细情况请登录上述网站查看详情。有意者请登陆网站上述网站参加竞买。联系人:徐法宣,联系电话:1760370039。

河南省夏邑县人民法院 曹明杰: 本院受理原告曹明杰与被告曹明杰合同纠纷一案,已审理终结。现依法向你公告送达(2020)冀0502民初11407号民事判决书。自公告之日起60日内到本院第二庭领取判决书,逾期视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于河南省郑州市中级人民法院。逾期未上诉的,本判决即发生法律效力。

贵州省毕节市七星关区人民法院 陈东: 本院受理原告陈东诉被告陈东合同纠纷一案,已审理终结。现依法向你公告送达(2020)黔0502民初10420号民事判决书。自公告之日起60日内到本院第二庭领取判决书,逾期视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于贵州省毕节市中级人民法院。逾期未上诉的,本判决即发生法律效力。

贵州省毕节市七星关区人民法院 陈东: 本院受理原告陈东诉被告陈东合同纠纷一案,已审理终结。现依法向你公告送达(2020)黔0502民初10420号民事判决书。自公告之日起60日内到本院第二庭领取判决书,逾期视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于贵州省毕节市中级人民法院。逾期未上诉的,本判决即发生法律效力。

四川省北川羌族自治县人民法院 遗失声明
敝馆小马甲特产店营业执照正、副本丢失,统一社会信用代码:92620982MA72J3F9XU,经营者:马福,声明作废。