

消费日报

2023年1月30日

星期一

总第8377期

第5436期

今日4版

去年前十月我国眼镜产品出口同比增长近15%

本报讯 据海关总署网站数据测算,2022年1—10月眼镜产品出口约60.89亿美元,同比增长14.93%;进口13.13亿美元,同比下降6.35%。

其中,成镜出口金额32.08亿美元,同比增长21.1%;镜架出口金额15.02亿美元,同比增长14.99%;眼镜片出口金额11.39亿美元,与同期基本持平;角膜接触镜出口金额0.77亿美元,同比增长39.85%;眼镜零配件出口金额22.94亿美元,同比增长19.13%。(三石)

A版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号CN 11-0057 ■ 代号81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

新春走基层

“持证上岗”卖年货

□ 本报实习记者 解磊

“家人们,知道什么是‘海南风情’吗?白沙绿茶、深海马鲛鱼、海南咖啡、儋州红鱼、澄迈胡椒……这些都是从海南省级乡村振兴重点帮扶县、中小微企业创业企业的产品中精心挑选的,春节期间走亲戚送一盒,既特别又有意义。准备好了吗?马上上链接!”晚上8点,一场主打助农年货的直播渐入高潮,主播刘成成对着镜头侃侃而谈,三言两语就完成了“吸引停留”“产品推介”“数据转化”的直播操作,忙中丝毫不乱。

这场直播的策划者凌清雅在幕后对刘成成的表现也十分满意,她告诉记者:“不愧是‘持证上岗’的直播销售员,直播技能特别熟练,团队配合也有条不紊,完全不出差错。”

凌清雅口中的“持证上岗”指的是什么“证”?她告诉记者,刘成成持有的是直播销售员证书,直播销售员是新职业互联网营销师的四大工种之一。作为新职业,互联网营销师并不完全等同于公众熟知的“带货主播”,而是已分化出包括选品员、直播销售员、视频创作者、直播运营助理在内的四大工种。一场直播的成功,需要各类工种之间的密切配合。

正如她所言,从观众的视角看,出

□ 本报实习记者 闫利

自1月1日以来,云南省昆明德和罐头的专卖店前来选购罐头的消费者络绎不绝。

“喜欢买午餐肉罐头,吃着就感觉肉质好,售货员说罐头的黑猪肉,养了200多天,还是吃板栗长大的。”在不少前往德和罐头的消费者心中,德和罐头的百年老品牌,食品安全有保障,买了也放心。

家住昆明的杜海燕已经在德和罐头的专卖店工作了7年。作为德和罐头的专卖店



现在手机屏幕上的只有主播一人。但若把镜头对准直播间,这其实是一场紧密配合的团队战。

人围观时长、成交转化率、粉丝复购率……运营人员目不转睛地盯着数据,根据流量和交易趋势提醒主播调整策略和话术。另一台电脑前,平台管理员手指上下翻飞,按照主播的指令操作产品的上下架、修改价格、发放优惠券;一旁的场控则穿梭忙碌,一边帮主播传递样品和道具,一边在评论区

和粉丝互动,并向主播实时反馈。

凌清雅告诉记者,直播就像拍电影,运营人员相当于导演,负责制定脚本和现场统筹;主播就像演员,负责出镜推介商品;而场控如同场记,机动性较强,这三个岗位属于直播销售员工种。平台管理员则居于幕后,负责网店后台和发货管理。直播间之外,除了需要选品员根据电商销售逻辑选出不同产品,还需要视频创作者把控账号的定位,日常输出优质短视频、为直播预热

宣传、发布直播切片和花絮视频,为直播带去更多流量。

“有了职业技能等级证书,心里也多了一些底气,让自己对职业有了更多认同感,对行业发展充满了信心。”刘成成告诉记者,职业技能等级认证不仅让自己提升了理论和实操能力,而且提高了行业的门槛,过滤掉一些“冒牌”主播,强化从业者的红线意识,让行业进入更加规范的轨道。

据了解,近年来,直播电商迎来快速发展,不仅拓展了传统产业的营销渠道,还带来了新的巨大消费场景,并催生了一系列围绕直播电商产业出现的新就业形态。人社部曾预测,到2025年,新职业互联网营销师的人才需求缺口可达4000万人。2021年11月25日,人力资源和社会保障部、中共中央网络安全和信息化委员会办公室和国家广播电视总局正式向社会颁布了由中国轻工业联合会承担、中国轻工业投资发展协会主编的《互联网营销师国家职业技能标准》(以下简称《标准》)。《标准》推进了新职业互联网营销师适应性,扩大了新职业认知,拓宽了灵活就业人群职业道路,推动了互联网营销师培训及考核工作的开展,促进了互联网营销行业的规范健康发展。

不断革新 罐头老字号“变年轻”

店庆,她直言:“每年春节都是厂里最忙碌的时候,一般在年前一个多月就要开始准备年货的保供工作了。春节期间,消费者对于肉类食品的需求逐渐增加,我们也会提前针对相关的产品做好生产供应的准备。”

猪肉,是很多午餐肉罐头的“重头戏”,而提到云南的猪肉,宣威火腿全国闻名。不同于其他地区生猪出栏标准体重约为120千克至130千克,宣威地区的

养殖户更倾向于养殖150千克以上的大肥猪,而这样的养殖习惯,造就了肌肉脂肪更丰富的猪肉,也吸引了很多食品企业在这里选购原料,德和罐头的也不例外。

德和罐头的员工介绍,在源头生产方面,德和于2021年在宣威市务德镇建成236亩云南省最大的特色黑猪养殖示范基地,能达到年出栏3万头特色“云黑猪”。此外,德和罐头的宣威市热水镇建立的生猪养殖基地重点发展生猪代养产业,鼓励当地村民当养殖户,参与养猪,也为他们提供了一些养殖场的工作机会,在一定程度上提高了村民的收入,促进了村子经济效益的提升。

据了解,集研发、制造与生产为一体的昆明德和食品智造基地在五华厂口产业园完成封顶仪式,项目预计在2023年完成竣工投产,投产后可实现日产罐头50万罐,达到目前产能的10倍。

“目前公司已经拥有了自建的黑猪养殖基地、自有的宣威火腿工厂以及自有的食品智造基地。”德和罐头的市场总监李爽说,从猪种选育、火腿发酵到罐头制造,德和罐头的已经形成了一个完整的产

业链,产品全程可追溯,品质得到有效的控制。

质量有保证,销售也要跟得上。德和罐头的运营部经理苏冠南介绍:“电商模式的迅速发展成就了我们全新的销售模式。现在我们的产品除了在门店售卖以外,网上的各大平台也能够买到,而且我们在抖音、天猫、京东这些平台都开设了官方直播间,在外求学、工作的人们也能够更容易地品尝到家乡的味道。”

新年新气象,德和罐头的市场部产品经理张蕴韵对罐头的未来发展充满了信心:“新一年的目标,首先是进一步丰富黑猪午餐肉系列的产品线,除了罐装午餐肉之外,做出更多好吃的、健康的,符合当下消费者对高品质食物和多元化生活的食品,此外,要继续深度联合研发中心,重视食品安全,让消费者吃到更多健康营养无负担的食品。”

作为老字号,德和罐头的生产模式和经营模式上的创新是众多罐头企业的缩影。罐头产业的高质量发展还在不断推进,正如张蕴韵所言,期待未来罐头产业能在发展中让罐头脱离“难开难启”的标签,不断拓宽罐头的产品使用场景,期待罐头产品能在生产技术方面出现重大革新,改变现有消费者对罐头产品“不健康”“不好开”的刻板印象。

等方面进行宣传与分享,并在论坛现场推动政府与相关单位签约及发布“助力乡村振兴社会责任企业”“乡村振兴创新实践典型案例”。

该负责人表示,以上榜单将本着“公开、公平、公正”的原则,在全国范围进行案例征集,由主办方联合有关专家,根据相关指标和评价体系,结合网络投票和专业评价,择优产生各项目评价结果,并将在第十七届中国消费经济高层论坛上为入选案例申报单位颁发证书。本次活动将凸显“3·15”系列活动对消费者权益维护的价值意义,以“保障民生、改善民生、惠及民生、促进和谐”为出发点和落脚点,密切关注消费产业发展中所面临的问题,高效连接需求侧与供给侧,推动消费产业高质量发展,增强民生福祉。“新时代、新征程、新理念,第十七届中国消费经济高层论坛将乘势而上,持续推动消费产业的转型升级和可持续发展,助力更多中国品牌走向世界,为中国经济的高质量发展注入更多动力。”该负责人说。(解磊)



发布榜单、专题演讲、圆桌会谈……

第十七届中国消费经济高层论坛亮点纷呈

本报讯 近日,记者从第十七届中国消费经济高层论坛组委会获悉,今年的论坛活动内容丰富,既有专家对政策的解读,也有对消费趋势的关注,还有多项分论坛聚焦“她力量”、健康产业、乡村振兴等热点话题,可谓亮点纷呈。

据了解,除了“3·15消费市场提质创新优秀案例”主题活动之外,在主论坛上,论坛组委会将邀请有关部委专家,立足消费市场高质量发展,针对二十大报告相关精神进行精准解读,助力企业于经济大势中知方向,在发展创新中明战略,在实战操作中赢市场;同时邀请行业专家与典型企业代表发言,共话消费市场高质量发展之道。论坛将通过邀请企业代表发言,展示企业加快融入科技、创新、数字化、绿色低碳进程的成果,引领提升企业创新能力,充分发挥新时代企业在消费领域的作用。

主论坛上,组委会将发布和解读消费领域“十大舆情热点”。据介绍,“十大舆情热点”是消费日报社联合权威舆情数据中心,基于2022年消费领域大数据与舆情社会影响力测算结果共同梳理出的,现场将邀请专家进行解读。同时,针对消费市场特别是网络零售市场存在的假冒伪劣、虚假宣传、消费欺诈等损害消费者权益、破坏消费市场健康互信的消费环境突出问题,在消费日报官网高层论坛频道上设置的“3·15红黑榜上”进行公开曝光。主论坛现场还将发布“消费市场行业影响力品牌”“消费市场行业创新品牌”“消费市场行业创新领军人物”等多个榜单。

组委会相关负责人表示,活动当天的各项分论坛也同样精彩。“她经济”话未来”女性企业家圆桌会谈将发布“粉色力量 杰出创新女性”榜单,突出巾帼

“她力量”,为消费市场“她经济”发展注入活力;“后疫情时代消费格局展望”分论坛将围绕后疫情时代的消费趋势进行探讨,邀请专业人士对后疫情时代的消费格局进行分析,给予企业发展启示;“美好生活时代的产品之道”主题论坛将发布“美好生活 消费好品”创新案例,深入探讨产品应该如何借助科技之力,如何经营高口碑的品质产品、如何挖掘出产品的文化内涵等相关话题,助力企业在新时代中高质量发展;中国大健康产业高峰论坛将深入探讨中国大健康产业怎样做“全球新”,深入分析2023年的机遇和挑战,为中国大健康产业探索未来发展路径,并现场发布健康产业影响力品牌榜单;论坛组委会还将联合地方政府举办区域推介及赋能乡村振兴高峰论坛,围绕地方政府招商引资、乡村振兴与加强区域品牌建

回眸2022

□ 本报记者 贾陶文

过去的2022年,我国白酒行业开启了广泛而深刻的变革。外部大环境的影响、消费市场的内部变革、生产方式的转变,都为这个传统行业的转型升级带来了无数可能。在白酒产业跨越古今的传承中,各个酒企持续不断的创新换来与时俱进的品牌活力。

中国酒业协会表示,过去的2022年,我国白酒行业经历了新国标、技术、营销、渠道、产品等多方面的创新变革,行业竞争愈发激烈。2023年,中国酒业协会将继续做中国酒业创新升级的引领者和推动者,在充满曙光的白酒行业发展道路上砥砺前行、扬帆起航。

技术创新:酿造工艺不断更迭

作为一门尊重传统工艺的食品酿造科学,白酒的传统酿造工艺在产品生产中依然占有重要的地位,但随着科技发展与现代工业的成长,白酒的酿造工艺也在不断更迭。

新国标推动白酒健康发展。2022年6月1日,由国家市场监督管理总局发布的两项国家推荐性标准《白酒工业术语》《饮料酒术语和分类》正式实施,该标准在规范白酒市场秩序、保护传统、促进创新等方面发挥了重要作用。新国标对白酒生产端的规范更加细致,有助于防止白酒生产酿造中出现以次充好、模糊粮食酒概念等行业乱象。

五粮液科研成果展现成效。2022年12月,中国白酒重大科技成果名单发布,五粮液与江南大学徐岩教授团队联合攻关项目《浓香型白酒老窖泥主体已酸菌新种“JNU-WLY1368”菌的研究及其应用》、五粮液与江南大学陈院士合作项目《五粮液包曲酶系指纹图谱解析及产酶微生物群落分析》、五粮液与中国食品发酵工业研究院合作项目《五粮液白酒及其功能成分对细胞活性的影响研究》等科研成果入围。目前,这些项目成果已通过中国轻工业联合会组织的科技成果鉴定,项目成果具有国际领先水平,对我国白酒行业的技术进步和科学发展具有推动作用。

营销创新:唤醒白酒市场活力

2022年,外部压力与市场大环境变化对酒业带来冲击,中国酒业迎难而上、砥砺前行,推出一系列营销创新案例,以创新营销手段不断唤醒中国白酒的市场活力。

国窖1573发布创意微电影。2022年7月,国窖1573联手时尚先生Esquire发布创意微电影《冰·JOYS HOTEL》。影片以冰白酒丰富立体的口感层次为灵感,在三个超现实的置景空间内,将冰镇国窖1573冰爽、柔顺、悠长的三重口感,通过视觉化、艺术化的展现形式,引领观者进入一场奇境冒险之旅。

洋河开展新春扫码活动。洋河“两个新春”特别活动,以“开瓶扫码,直送福利”的方式,为消费者带去众多优惠与全新购物体验。洋河通过“一物一码”技术控制费用及奖励的去向,让消费者更直观、更便捷地收到新春福利。据介绍,洋河的扫码活动已经成为长期的促销活动,从而刺激动销,将消费者引流到店,为终端赋能。与此同时,洋河通过长期、持续的扫码活动培育消费者的扫码习惯,为新春活动奠定了坚实的用户基础。

酒鬼酒携手《万里走单骑》。《万里走单骑》是浙江卫视推出的世遗揭秘互动纪实节目,播出后,其收视率屡创新高,几乎每期节目都能成为“热搜制造机”。酒鬼酒作为《万里走单骑》的品牌赞助商也收获了可观的流量,其品牌美誉度和品牌价值获得大幅提升。在《万里走单骑》第一季中,酒鬼酒与节目中的文化名家进行合作,提出了“什么是中华文明”之问,不仅引发国人对中华文明的思考,同时也将酒鬼品牌带入了全新的文化空间。

贵州珍酒打造美食纪录片。2022年9月,贵州珍酒携手陈晓卿团队打造美食纪录片《拿一座城市下酒》,该纪录片精准对接消费者对“食文化”的浓厚兴趣,制造出了火爆全网的品牌创新传播佳作。

渠道创新:发力线上直播带货

新零售崛起助力营销渠道变革。2022年,白酒产业的营销渠道也在发生着崭新的变化。随着互联网技术和实体消费的融合更加深入,传统酒业在“新零售时代”发生变革。在过去的一年里,“i茅台”App横空出世、“五粮液新零售平台”微信小程序上线、泸州老窖“百调酒馆”开业……2022年新零售正在成为酒企掌握直接终端市场、打破营销边界、直面消费者的“加速器”。

线上直播影响力增强。2022年,越来越多的酒企认识到了线上直播的强大影响力和销售力,习酒、国台、金沙等知名酒企,开始发力线上直播带货,通过逐步加码、层层布局,促进销售阵营积极“上云”。

数字化全面推广分利模式被广泛应用。2022年,数字营销技术在白酒行业的应用程度进一步加深,基于数字化的全面推广分利模式成为众多酒类企业的基础应用。国台、金沙、夜郎谷、金得都已经进入全面推广分利模式,强调管住库存、管住货物流向、管住费用、管住价格体系,从而维护和提升品牌形象。此外,BC联动、C端运营也成为酒企数字营销能力提升的核心。

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237

邮箱:xfrbjw@163.com



搜狐新闻客户端



消费日报微信公众平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程:

步骤一:扫码下载搜狐新闻客户端 步骤二:打开应用点击上方“订阅” 步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报” 步骤四:点击右上角“+关注”即可