

进超市、开门店 “网红”零食插手线下市场

天气转冷,晚上的时间,越来越多人选择宅家追剧,大众对零食的需求也提高了不少。据星图数据发布的数据显示,在刚过去不久的“双11”里,休闲零食品类是11月11日0时到6时和0时到10时两个时间段的全网热门品类之一。其中,三只松鼠、良品铺子和百草味这三个“网红”零食品牌则在这两个时间段里霸占着休闲零食品类销售前三名的位置。

近日,不少消费者发现,三只松鼠、良品铺子和百草味等互联网零食品牌先布局线下市场,越来越多地出现在大润发、沃尔玛、天虹等商超的货架上,良品铺子还在市区开起了实体店。那么,“网红”零食现身线下,是否能为消费者带来更划算的价格,是否能复制高速增长的神奇?一起来看看吧。



▲超市货架上摆放着不少“网红”品牌零食 林露摄

“网红”零食现身线下

最近不少消费者发现,以前只能在淘宝、京东等网购平台购买的三只松鼠、良品铺子、百草味、王小卤等“网红”休闲零食品牌,纷纷把产品搬上了线下的超市货架。

在沃尔玛超市(漳州印象汇店),货架上整齐码放着三只松鼠、良品铺子、百草味、王饱饱等“网红”品牌的休闲零食,曲奇、华夫饼、肉松饼、虎皮凤爪、坚果、草莓干、猪肉干……零食种类琳琅满目,有的货架还标注了“销量明星 人气爆款”“全新上市 店长推荐”等招牌。“这比在手机上挑选舒服多了,能更加直观地了解产品的分量、配料等。”正在挑选的陈女士说。

“网红”零食不再“专供”电商平台,也开始入驻线下门店。“在市区,良品铺子共有四家门店,分别在天猫商场、沃尔玛(漳州印象汇店)、漳州碧湖万达广场金街、宝龙广场。良品铺子的工作人员陈小娟介绍,门店的品类比超市货架上的丰富,售有自己品牌的肉类零食、海味零食、话梅果脯、红枣果干、坚果、炒货、饮料饮品、糖巧、花茶冲调、面包蛋糕、饼干、膨化等,也有元气森林、张君雅等其他品牌的商品。

线下促销产品不比线上贵

走访中,有消费者告诉记者,特价的时候,线下的价格比网购平台的还实惠。

12月2日,天虹商场良品铺子门店部分商品正在促销,如小紫薯、咸蛋黄麦芽饼干、沙拉薯条等指定商品任选5件只需30元;部分儿童食品指定商品任选8.8折;实付满98元再花费9.9元就可加购一箱手撕面包。记者对比线上的良品铺子京东自营旗舰店价格:有的优惠是部分产品可99元任选12件,有紫薯仔、咸蛋黄麦芽饼干、虾片等;还有的优惠是满300元可减180元,与线下门店店相似的紫薯仔到手价约8.5元、咸蛋黄麦芽饼干约8.5元。消费者陈女士告诉记者,对比了下,门店30元任选5件的促销比线上99元任选12件划算多了,平均一包只要6元,可选品类也不少,而且不用一下子凑单买很多,吃完再买更新鲜。

此外,到店注册良品铺子新会员还能领取5元无门槛优惠券、满99元立减15元券。在饿了么App外卖平台,还有单品特价、满减活动等;在大众点评、美团等App上有约9折的代金券,可不限张数使用。



能否复制“网红”奇迹?

随着国民经济发展,自2010年起,我国休闲食品行业规模不断扩大。目前,已成为全球最大的休闲食品市场之一。据前瞻产业研究院统计数据,2020年中国休闲食品行业市场规模达到27281亿元,预计到2025年,国内休闲零食行业市场规模将突破4万亿元。

行业数据显示,在休闲零食市场的占有率中位列前三分别为三只松鼠、百草味和良品铺子。

据了解,这三家都是在电商红利中崛起的互联网零食品牌。成立之初,这些“网红”品牌凭借年轻化的营销手段和电商的轻运营模式,迅速抢占了增速放缓的传统零食企业的市场份额,并且在资本市场蒸蒸日上。

近年来,休闲食品巨头积极进行全渠道布局,开拓线下业务。如良品铺子,截止到2021年6月末,线下门店共计2770家。在2021年半年报中,良品铺子凭借全渠道均衡发展,线上线下的销售收入同比分别取得19.34%和23.58%的大幅度增长。

抢滩线下渠道,能否复制“网红”奇迹?业内人士表示,对于依靠线上渠道打出名气的“网红”零食品牌来说,线下市场才刚刚起步。线下一直是“网红”零食品牌的硬伤,目前线下资源偏少、成本偏高、难度较大。与线上渠道“烧钱”不同的是,商超是一个需要时间沉淀的系统。只有做好自身的品质,才能够经久不衰,复制“网红”奇迹。

■本报记者 林露

加拿大鹅被约谈! 中国门店不让退货玩“双标”?



Canada Goose 加拿大鹅中国大陸地区退换货政策声明

Canada Goose 加拿大鹅中国大陸地区退换货政策声明

Canada Goose 加拿大鹅中国大陸地区退换货政策声明

Canada Goose 加拿大鹅中国大陸地区退换货政策声明

Canada Goose 加拿大鹅中国大陸地区退换货政策声明

加拿大鹅12月1日回应退货政策 (网络截图)

“中国大陆门店售出商品均不得退货”,加拿大鹅凭“霸王条款”又一次火上热搜!

质量差却不能退货?

据媒体报道,近日市民贾女士反映,她在上海国金中心“加拿大鹅”专门店买到一件商标锈迹、面料有异味的羽绒服,可加拿大鹅“更换条款”却规定:“所有中国大陆地区专门店售卖的货品均不得退款。”

加拿大鹅北京三里屯店和重庆IFS快闪店门店工作人员接受媒体采访时表示,“所有中国大陆地区专门店售卖的货品均不得退货,是中国区通用的条款。”

仅在数十个小时之后,加拿大鹅自己“打脸”,发布声明否认门店工作人员“线下不能退货”的说法。

加拿大鹅在回应中表示,中国大陆地区专门店《更换条款》中第一条的含义为:在符合相关法律法规规定的情况下,所有中国大陆地区专门店售卖的产品可以退货退款。第七条进一步明确,更换条款“不影响顾客依据相关法律享有的权利”。

赚着中国人的钱玩“双标”?

加拿大鹅的“挽尊”声明没能平息网友的怒火。

不少消费者发现,与中国大陆退货难形成鲜明对比的是,加拿大鹅海外官网显示,加拿大、美国、英国等国家均允许消费者线上线下30天退货。

就上述消费投诉事件,12月1日上午,上海市消保委约谈了加拿大鹅希计(上海)商贸有限公司,加拿大鹅公司派外部律师、高级客户体验经理和国金门店店长参加了本次约谈会。

据上海市消保委的通报,加拿大鹅参会人员对于专门店“更换条款”的具体含义并不了解,所表述的公司退换货流程与消费者反映的实际情况多有出入。

上海市消保委要求加拿大鹅在12月2日中午前提交《更换条款》的正式说明,另在约谈中上海市消保委询问了中国大陆以外区域加拿大鹅专门店退换货条款是否与中国大陆相一致,加拿大鹅参会人员表示不知道。

加拿大鹅参会人员也确认了在加拿大鹅官网上30天无理由退货的相关条款,并表示该条款不适用于中国大陆,中国大陆适用7天无理由退货条款。

梳理显示,这已经不是加拿大鹅第一次引发中国消费者的不满。今年下半年,加拿大鹅先后因千元天价口罩、发布虚假广告、拒绝为消费者修复掉毛问题被投诉和处罚。万元羽绒服频频被吐槽名不副实。

律师:不符合质量要求,消费者有权退货

加拿大鹅为什么退货难,玩“双标”?这是否在侵犯中国消费者权益?

北京市两高律师事务所高级合伙人、资深律师姜宝表示,根据《消费者权益保护法》,经营者提供的商品或者服务不符合质量要求的,消费者可以依照国家规定、当事人约定退货,或者要求经营者履行更换、修理等义务。

“目前,通过网络购物的,消费者可以在收到商品之日起七日内无理由退换货。而在实体店购物中,七日内退货的前提是经营者提供的商品或者服务不符合质量要求。对于在实体店购买的商品没有质量问题是否能够退货,没有明确的法律规定。但如果确认商品存在质量问题,实体商家应允许消费者退货,且不受商家自身提出的相关免责条款限制。”姜宝称。

加拿大鹅1日在声明中称,专门店售出的每一件产品在交付前均由受过专业训练的销售人员进行质量检测。产品在交付后若出现质量问题,符合加拿大鹅保修政策的,可享受终身材料和工艺维修服务。

“大鹅,你真的做到了吗?”有消费者在社交平台如此发问。

■钟新

2021年只剩下不到一个月时间了,电影市场也随着贺岁档的临近变得热闹了起来。根据猫眼专业版统计,截至12月1日,今年贺岁档的影片分布基本集中在12月初和月末,共有36部新片定档,其中12月首周末有16部新片上映,12部新片在后两周扎堆上映。

在贺岁档上映的影片中,《古董局中局》《误杀2》《反贪风暴5:最终章》《穿过寒冬拥抱你》《平原上的火焰》《暗杀风暴》《爱情神话》《忠犬八公》等影片备受关注。

36部新片 角逐电影贺岁档

“第一”电影 备受期待

综合影片类型及售票网站上的观众想看情况,今年贺岁档的“第一”梯队由《古董局中局》《误杀2》《反贪风暴5:最终章》《穿过寒冬拥抱你》等四部作品组成。

淘票票的“新片想看榜”位列第一的是《古董局中局》,于今日(12月3日)上映,拉开了贺岁档的帷幕。该片根据热门作家马伯庸的同名小说改编,通过一尊价值连城的佛头带观众揭秘古董行业内幕。影片由郭子健执导,演员阵容包括雷佳音、李现、辛芷蕾、葛优、郭涛等。看过原著的市民晓涛表示,看完预告片,感觉这部电影很不错,和原著里的角色很贴合,期待这部电影的上映。记者了解到,漳州碧湖万达影城、漳州又见影院、金逸影城(漳州红星IMAX店)等影院已开设多个场次。

在猫眼榜单“一周内地想看榜”位列第一的是《误杀2》,两年前的悬疑片《误杀》凭借精彩刺激的故事成为当年贺岁档的票房冠军,而今年12月17日上映的《误杀2》保留了监制陈思诚、主演肖央的原班人马,起用新人导演戴墨,演员加入了任达华、文咏珊、李治廷等人。在剧情上另起炉灶,在悬疑的情节中,讲述了新的人物和新的故事。

微博热度榜的待映片中位列第一的是战“疫”题材作品《穿过寒冬拥抱你》,将于12月31日上映。由薛晓路导演,选用黄渤、贾玲、朱一龙、徐帆、高亚麟、吴彦姝、许绍雄、周冬雨、刘昊然、乔欣等观众耳熟能详的演员。这部抗疫温情片把观众带回到2020年1月23日,武汉宣布封城的日子。在这一特殊时刻,讲述了几对普通武汉市民在疫情背景下互相扶持、真挚动人的爱情故事。

反贪系列作为港片最卖座的经典电影之一,八年创造了华语电影历史上罕见的长系列制作记录,《反贪风暴5:最终章》将在12月31日强势来袭。该片集合了古天乐、张智霖、郑嘉颖、宣萱、黄宗泽、谢天华等一众深受观众喜爱的港星,将破获最后一一起复杂而危险的贪腐巨案。

“黑马”影片 值得关注

除了“第一”梯队的电影,今年贺岁档还有《平原上的火焰》《暗杀风暴》《爱情神话》《忠犬八公》等不少有“黑马”潜力的影片上映。

于12月10日上映的犯罪悬疑片《暗杀风暴》,和《古董局中局》一样,同样是根据小说改编,该片改编自周浩晖的高分小说《死亡通知单:暗黑者》,以引人入胜的悬念和多重反转为看点;同样阵容强大,演员包括张智霖、古天乐、吴镇宇、胡杏儿、任达华、余诗曼等,被誉为“犯罪片金字招牌”的导演邱礼涛将为“死亡通知单”的故事注入更多的港式警匪片特色。该片讲述了在扑朔迷离的连环杀人案件中,每一位收到死亡通知单的人,都会被神秘人残忍杀害,而专案小组在调查案件过程中,发现了隐藏在背后的巨大阴谋的故事。

由周冬雨、刘昊然领衔主演的爱情犯罪电影《平原上的火焰》将在12月24日上映,影片中不仅有两代人的情感羁绊,还通过他们的故事折射出整个时代的变迁,为观众揭开了在未知命运与时代洪流裹挟下,一段有关“等待”与“守护”的故事。

由徐峥、马伊琍、吴越、倪虹洁、周野芒主演的爱情片《爱情神话》将在12月24日上映,讲述了三女两男发生在上海的爱情故事。业内人士表示,在电影市场中,很少有讲述中年人情感的影片。在此基础上,该片加入的上海话等大量元素与几位实力派演员的飙戏或将成为该片的看点。

宠物题材影片《忠犬八公》将于12月31日上映,陪观众温暖跨年。“忠犬八公”的故事对于中国观众并不陌生,此前根据这一真实故事所改编的电影感动了无数观众。而这一次,将由中华田园犬八筒担任主角,加上冯小刚和陈冲这两位实力派的演员,并融合了中国独有的情感解读,讲述了八筒坚持不懈等待主人的感人故事。

■本报记者 林露

省餐饮烹饪行业职业技能竞赛闭幕 漳州代表队斩获8金6银4铜

本报讯(记者 陈玲清)昨日,记者从漳州餐饮烹饪行业协会获悉,11月28日至30日在泉州晋江(泉州轻工职业学院)举行的“2021年福建省餐饮烹饪行业职业技能竞赛”中,漳州代表队斩获了8金6银4铜的好成绩。

据介绍,本年度赛事由福建省商务厅、福建省人社厅、福建省总工会主办,分为中餐热菜、中式冷菜、西式烹饪三个赛项,以个人赛形式进行,全省近200名烹饪高手参赛。

我市的19位选手由漳州餐饮烹饪行业协会带队参赛,经过激烈角逐,在本次大赛中斩获8金6银4铜的佳绩,协会荣获“优秀组织奖”。其中,协会会员王永明获中式冷菜金奖,陈沫峰获西式烹饪金奖,戴伟彬、陈木榕、陈达明、邹健平获中餐热菜金奖,杨子源斩获中餐热菜和中式冷菜双金奖。

另悉,本次大赛中获中餐热菜前3名和中式冷菜前2名的选手,将按照程序向福建省总工会申报“福建省金牌工人”;获银奖及以上的选手,由福建省餐饮烹饪协会授予“闽菜名师”或“福建省西餐名师”,已获得“闽菜名师”者授予“闽菜大师”,已获得“福建省西餐名师”者授予“福建省西餐大师”。

最新大数据报告:

国产品牌新能源车二手车成交量“闪亮”

中国二手车在线拍卖平台天天拍车大数据研究院方面近日发布的《11月二手车在线拍卖数据报告》显示,11月,中国自主品牌新能源车二手车成交量占比高达77.9%,比所有外国品牌新能源车二手车成交量之和还多。

据统计,日系品牌新能源车二手车成交量占比为11.9%,德系品牌新能源车二手车成交量占比为4.9%,其他如韩系品牌、美系品牌分别占比4.0%、0.9%。

新能源车二手车溢价榜单中,特斯拉、广汽、小鹏、理想、雷克萨斯等多款品牌车型入榜。它们都是通过拍卖模式异地交易,获得了比本地最高出价还高的卖价。

2021世界智能网联汽车大会披露的数据显示,新能源车保有量跨越600万辆大关。大数据报告显示,一线城市新能源车保有量居多。这些新能源车被置换后都流向哪里?据大数据报告分析,北京新能源车二手车主要输出到青岛、苏州

和重庆;上海新能源车二手车主要输出到青岛、南京和合肥;广州新能源车二手车主要输出到深圳、佛山和苏州;深圳的新能源二手车则输出到了广州、苏州和南京。

大数据研究院方面梳理了多款热门纯电动二手车的1到3年的保值率和趋势后发现,欧拉R1最坚挺,一至三年的保值率走势较为平缓。此外,特斯拉Model X、蔚来ES8和小鹏G3的三年保值率走势表现不错。

大数据报告显示,国产品牌二手车成交量占比达32%,德系品牌、日系品牌和美系品牌二手车成交量分别占比22%、17.3%和16.7%,这四大国别品牌合计占据了近90%的二手车成交量。

据悉,互联网和大数据打破时间和空间限制,让二手车流通更加科学精准高效。研究院方面分析,互联网和大数据优化了车源收购、加快流通速率,降低成本。

(据中新网)