

丝袜消费报告:种类比过去翻了一倍;3月搜索量达2.4亿人次

蹦迪袜、二次元袜、分趾袜 小众需求大爆发

本报记者 祝瑶

气温回升,有什么卖火了? 淘宝的回答是,丝袜! 今年的丝袜都有什么新流行趋势? 4月14日,淘宝发布《丝袜消费流行趋势报告》:小众需求迎来爆发。

来自义乌宝娜斯工厂的95后总监吴同,和团队研发了一款“蹦迪袜”,在淘宝上卖成了爆款,单个店铺月销量可达3万条,单月搜索增幅达200%。

今年2月,吴同在淘宝后台数据中发现,JK风、ins风、黑色丝袜等关键词的搜索量暴增,单个词一天的搜索次数就超过4000次,吴同意识到,如果能结合这几个关键词开发出一款丝袜,有可能会引领新的趋势。

根据这些搜索关键词,吴同和他的团队在研发设计时,加上了字母、钻石、网袜等流行元素,因为这些丝袜在灯光照射下会显得特别亮,顺势打造了“蹦迪袜”的概念。

吴同说,依托工厂建立起来的快速反应机制,两款不同的“蹦迪袜”只用了10天时间就完成了设计、打样等一系列上架流程。为了达到更好的效果,出样后,吴同真的拉着团队去酒吧,测试袜子在灯光下的效果,“比如字母袜,第一版发现字母太大,穿出来显得很笨拙,在灯光下特别明显;而钻石的密度,多了少了都影响着效果,就必须反复试穿。”

直到最后一天测试,有个年轻顾客跑去问吴同身边的女同事,腿上这款丝袜是哪买的,吴同才觉得有戏了。上架后第一天,蹦迪袜就卖出1000多条,第一个月卖出了3万多双。

吴同介绍,企业转型电商之后,一是工厂鼓励电商团队实现“内部创业”,二是快速加大了研发上的投入,并且对工厂进行柔性供应链等系列升级,管理越来越扁平。

“工厂通过淘宝天猫平台以及直播等方式,在了解到消费者需求后,最快可在5天内快速开发应季新品,并投入市场。”吴同表示,这种快速反应能力也让“爆款”跑赢了丝袜产业带。

据《丝袜消费流行趋势报告》显示,随着气温回升,淘宝上的丝袜进入了销售的旺季,3~4月的销量可占到全年1/3以上。

据淘宝数据,今年第一个丝袜销量高峰出现在3月中下旬,比往年提前了半个月。

近年来,年轻消费者对丝袜个性化需求愈加明显,丝袜的种类比过去翻了一倍。蹦迪袜、二次元袜、土味袜、液体袜等小众丝袜同比出现爆发式增长。此外,静脉曲张袜、足底按摩袜、发热袜、分趾袜等丝袜销量同比超过10倍。

报告显示,3月,淘宝搜索量达到2.4亿人次,丝袜的订单数同比去年增加133%。购买群体中,90后、95后和00后居多。

安利聚焦大健康赛道 教你如何搭配营养早餐



安利(中国)总裁余放

本报讯 昨天,安利联合中国健康教育中心、中国疾控中心、中国营养学会等权威机构,在安利杭州体验馆揭牌“健康促进科普基地”。这是安利继其北京、上海、广州旗舰体验馆,广州生产基地、无锡植物研发中心后,又一个落成的“健康促进科普基地”。

打造全产业链核心优势 安利聚焦大健康赛道

安利(中国)总裁余放介绍,“健康促进科普基地”将对公众开展多种多样的营养健康科普项目,包括公益营养讲座、健康科普展览、健康生活社群活动以及免费的体质检测服务。浙江省营养学会理事长、浙江省预防医学会副会长朱善宽教授表示,健康科普将促进公众养成适合自己的健康行为和生活方式,就是在为健康中国建设贡献能量和价值。

竞速大健康赛道,安利的愿景是要成为由创业者主导的、为消费者提供整体健康解决方案的大健康行业领导者,未来安利将继续发挥产品、品牌、研发和服务优势,通过营养早餐、体重管理等几个健康解决方案平台作为抓手,基于健康大数据和人工智能算法,推动安利全线产品向智能化、个性化、生活化全面升级。

拿营养早餐来说,安利在5年前提出了营养

早餐这个概念。“早餐的场景太普遍了,谁都要吃早餐,覆盖的人群最多,场景最常见。虽然早餐是刚需,但我们发现营养是盲点。”余放说,安利希望通过这一通道,来向消费者展示什么是均衡、全面的营养早餐。

健康生活社群 晒出自己的营养早餐

安利的核心优势不仅仅是为消费者提供优质产品,多年来,安利为广大营销人员开展产品及服务技能培训,培养出大批营养健康等方面的专业人才。今年,安利还将联手中国营养学会,计划在年内培养出上万名经营营养学会认证的“营养健康顾问”。

安利打造的线上线下融合的健康生活社群,通过社交媒体分享个人兴趣、秀出健康生活,通过社交电商释放创业热情,用陪伴式的方式,与消费者共同学习、互相监督、彼此鼓励,帮助他们掌握科学的营养健康知识,把知识变成行动,把行动养成习惯,建立健康的生活方式。安利还称他们为“健康创客”,在社群当中,这些“健康创客”每天跟顾客做沟通、做交流,晒自己的营养早餐,晒自己的变化,如果顾客喜欢,他们便会向顾客进行推荐,帮助他们启动自己的营养早餐计划。

余放介绍,安利纽崔莱已在大健康领域持续深耕了87年,在全球27个国家拥有认证有机农场,在100多个国家销售,深受消费者信赖和喜爱。87年来,从研发到生产,安利围绕大健康产业打造了一条“从种子到成品”的完整产业链条,其坚持的全流程质量管控体系,从筛选种子、选择农场,采收、萃取、生产、包装,每一个环节都做到了可追溯,为消费者提供安全有效的产品。

本报记者 楼纯

杭州的学校,100%建阳光厨房 员工未穿工服、未戴口罩、玩手机都会被监测

本报讯 昨天,杭州市餐饮环节四个应用场景推进现场会在临安召开,市场监管部门工作人员在观摩青山湖科技城第二小学时,学校厨房通道口的语音喇叭大声制止参会人员进入后厨:“发现有人员违规进入后厨,请及时处理!”同时,学校食堂管理人员手机里也传出提示音。

这是青山湖科技城第二小学今年使用物联网、人工智能技术后,新引入的语音智控技术。运用这个技术,学校还可以对食品储存设施、餐具消毒设施、二次洗手消毒、专间空气消毒等实施智能物联监测,抓拍员工违规操作,如未穿工作服、未戴工作帽、未戴口罩、玩手机等情况。

记者从现场会上了解到,到目前为止,临安区已累计建档餐饮单位6841家,建成互联网阳光厨房523家,建成智能阳光厨房165家,建成农村家宴放心厨房64家。在学校、幼儿园、养老机构、医院和大型餐饮等重点餐饮单位动态保持互联网阳光厨房100%。

据杭州市市场监管局有关负责人介绍,经过几年的阳光餐饮智慧监管系统建设推进,杭州市66375家餐饮单位全部实现在监管系统基础信息建档,已建成视频监控模式阳光厨房7522家。消费者手机安装“众食安”App可以观看“阳光厨房”餐饮单位后厨,查阅食材溯源、证照信息、人员健康以及监管部门检查信息等。

接下来,杭州市市场监管部门将加速推进“阳光餐饮智慧监管系统”应用场景迭代升级,推广“学校智治、农村家宴、网络订餐、阳光厨房”四个应用场景。今年杭州辖区所有学校(包含等级以上幼儿园)食堂100%建成阳光厨房,在此基础上,建成中小学校和等级幼儿园食堂智能阳光厨房1500家。推进新一轮农村家宴放心厨房建设,新建农村家宴放心厨房35家,已建成的农村家宴建成“阳光厨房”110家。鼓励网络订餐平台线上餐饮店铺接入阳光厨房视频,供消费者查看食品安全和后厨卫生状况。

马焱 赵文琼