

曾经连年亏损到沉寂,如今销售额三年增百倍

# 插上新电商翅膀,老国货涅槃重生

本报记者 鲁佳

冷空气一杀到,羽绒服又迎来了销售旺季。提到羽绒服,可能很多人会先想到那几个国外品牌。但其实很长一段时间,有个国货羽绒品牌才是国人心中的羽绒服代名词。那就是,鸭鸭。

创立于1972年的鸭鸭,生产出了中国人的第一件羽绒服。上世纪八九十年代,它一度创下日销羽绒服10万件的纪录。

从当年的兴旺到后来连年的亏损,再到这两年销量暴涨百倍,鸭鸭涅槃的核心是数字化,战略重点转移到拼多多等电商平台上。

今年11.11大促,拼多多平台上100家国货、老字号品牌积极参与“国货节”,助力更多的国货老品牌销量长红。



鸭鸭直播间里陈列的多款羽绒服

## 羽绒老国货从辉煌到衰落 再走上重生之路

在“鸭鸭”工作了30多年的熊孝云亲历了这个羽绒服老字号的脱胎换骨。“鸭鸭”羽绒服源于江西共青城,熊孝云就是土生土长的共青人。他的母亲和哥哥都在“鸭鸭”工作,“那时候,在“鸭鸭”上班是一件特别有面子的事情。”1993年,熊孝云一毕业,也立马加入了“鸭鸭”大家庭。“工作头几年,除了基本工资,每个月能发三次奖金!”

在鼎盛时期,“鸭鸭”的羽绒服曾作为“国礼”赠送给访华外宾。“那时候工厂门口每天都是排队拉货的车,多的时候队伍足有一里地长。”熊孝云回忆道。

转折点发生在本世纪初,随着民营品牌的崛起,国外的羽绒服品牌进军国内市场,在内外两股力量的冲击下,“鸭鸭”逐渐沉寂。2012年,“鸭鸭”进行了国企改革,一家宁波的民营企业成了“鸭鸭”第一大股东,但是也没能扭转乾坤。

直到2020年,“鸭鸭”进行了股份重组,将战略重点转移到线上。

收购后的第一年,“鸭鸭”的年销售额就从8000万元暴涨到了35亿元,去年则达到了100亿元,三

年增长超100倍。

这样的成绩怎么来的?“核心是数字化的发展。”“鸭鸭”羽绒服品牌总监胡诗琦介绍,“鸭鸭”的变革是围绕品控、设计、生产、销售、渠道、品牌传播的全方位数字化转型和升级。

“我们会通过消费者的反馈来反推设计,通过数据和测款在短时间内实现产品的大批量生产。”胡诗琦说,“不同电商平台的用户喜好也不一样,针对每个平台,运营模式也不同,比如在拼多多,百亿补贴、国货节等活动会助力我们打造爆款。”凭借产品端的努力、线上渠道的销售爆发,“鸭鸭”的销售体量和品牌声量直线回升。

## 新电商平台助力 国货老品牌复兴

“鸭鸭”的蜕变代表了国产羽绒服的成长史,国潮的兴起也让年轻消费者更愿意为国产品牌买单。

为了让消费者见证国货品牌在传承创新中所取得的新发展,以拼多多为代表的新电商平台通过加大对国货品牌的流量投入、补贴投入,让老字号和新国牌被更多消费者了解。

最近国货品牌的集体翻红出圈,更是引发了消费者的一波消费热潮。据拼多多平台数据显示,平台国货品牌尤其是日化、美妆等产品销量增长显著。其中,郁美净儿童霜单日销量增长达到230%;蜂花洗护产品单日销量最高增长了5万单;孔凤春等老字号也实现翻倍增长。“从2020年到2022年,孔凤春在拼多多平台完成了40倍增长,到今年应该有100倍的增长。”在此前的央视国货直播中,孔凤春CEO赵之甲表示:“拼多多的实惠、好用和高性价比,让更多消费者逐渐从心里认可国货,相信国货。”

今年11.11期间,拼多多联合了100家国货、老字号品牌共同参与“国货节”大促活动,百亿补贴、万人团、直播等资源矩阵向国货品牌大幅倾斜。拼多多“国货节”相关负责人表示,在国货节期间,平台将与国货品牌在营销、产品和数字化领域展开更深入、更多元的合作,让更多消费者了解优质国货。

“企业、平台要共同努力,把‘翻红’变‘长红’,让老字号重新进入消费者的视野。”拼多多副总裁侯凯笛表示:“面临着新的挑战和机遇,拼多多将与更多国货品牌一起成长,为消费者提供更好的产品和服务体验,引领消费潮流,引导高质量消费。”

# 浙江33家市场登上中国商品市场百强榜

本报讯 昨天,由国家市场监督管理总局、浙江省人民政府主办,浙江省市场监督管理局和义乌市人民政府承办的第十三届中国商品市场峰会在浙江义乌召开。会议以“重创新、强改革、促开放——商品市场新发展新路径新活力”为主题,邀请全国各省市主要商品市场、国内著名专家学者,把脉中国商品市场发展走势,共同探讨商品市场高质量发展新路径。

作为市场大省,浙江在改革开放以来,特别是在“八八战略”的科学指引下,发挥体制机制优势,尊重群众首创,引导市场经营主体大胆试、勇敢闯、放手干,把“小生意”汇成了“大市场”。今年前三季度,全省商品市场成交额达1.65万亿元,场均成交额为5.58亿元,同比分别增长8.49%、4.35%,市场盈利能力持续提升。

峰会发布了《中国商品市场综合百强》榜单,义乌中国小商品城、浙江绍兴中国轻纺城、湖南高桥大市场、河北白沟市场、汉口北国际贸易城分列榜单前五。浙江有33家商品市场入围,占据榜单三分之一席位,继续领跑全国。据介绍,综合百强榜单是在全国调研的基础上,综合考虑市场硬件基础设施、软件规范完善程度、服务意识、能力和水平,依据规模、管理人员、收入和利润等指标经测算得出,旨在遴选出一批具有“风向标”示范意义的商品市场。

同时,本届中国商品市场峰会还首次发布了时



综合百强市场授牌仪式

尚市场榜单和功勋市场榜单。

时尚市场榜单共有30家市场入围,主要结合时尚对社会消费行为和价值追求的引领作用,根据市场引领潮流、激活消费能力,评选出一批具有依法合规性、创新引领性、潮流趋势性、价值导向性、品类丰富性的商品市场。广州白马服装市场、杭州新时代家居生活广场、广州红棉中大门、杭州环北丝绸服装城、中港皮具城位列前5位,浙江共有10家入围。

首次发布的,还有功勋市场榜单。据介绍,功勋市场榜单旨在表彰一批为地方经济和社会发展作出突出贡献,带动产业、活跃经济、富裕群众的商品市场。在50家功勋市场中,浙江共有18家市场入围。义乌中国小商品城、深圳海吉星国际农产品物流园、浙江绍兴中国轻纺城、常熟服装城、河北白沟市场位列榜单前5位。

本报记者 马焱 通讯员 市闻