

“盒潮一起”为中国健儿加油

潮新闻再度牵手盒马,显眼包“蓝蓝CP”亮相杭城

实习生 姚瑶 郑钱浩 设计 付思彦
本报记者 周夏林 祝瑶 余倩虹 林伟杰

“看比赛了吗? 我们中国代表团上场了!” 2024 巴黎奥运会拉开大幕,在赛场上拼搏的运动员成为大家关注的焦点。

看比赛,为中国选手加油,怎么少得了“潮奔奔”。

就在昨天,即将满一岁的潮新闻吉祥物“潮奔奔”,再一次携手好朋友盒马吉祥物“蓝胖子”,“盒潮一起”为中国健儿加油喝彩。



“蓝蓝CP”再度牵手 逛盒马感受氛围

举哑铃的盒马、玩滑板的潮奔奔,两个萌萌哒的吉祥物“身体力行”为运动员加油的画面,陆续出现在盒马门店。

在杭州盒马庆春店、西湖文化广场店,“为中国健儿加油”的气氛拉满。巴黎奥运会期间,这对“显眼包CP”将携手亮相杭城 27 家盒马鲜生门店。

“甜‘芯’,一起看比赛吗?”来盒马鲜生西湖文化广场店买水果的潮新闻客户端用户小允,一进门就注意到了这对“蓝蓝CP”。

夏天,对江南人来说,是赏荷花和食莲子的季节,皮薄、鲜爽、脆甜的果莲也被称作“江南甜心”。在杭城,将有 2 万份盒马招牌西湖果莲的外包装上,印有潮奔奔和盒马的形象贴纸。扫一扫贴纸上的二维码,大家就能第一时间收看潮新闻特派团队从巴黎现场带回来的一手奥运资讯。

线下逛盒马、线上潮看奥运新闻,顾客小俞说,“贴纸上的口号很有新意,体育新闻与江南时鲜,主打一个‘鲜’字,领‘鲜’一步,希望在赛场上拼搏的中国选手也能领先。”

一边观看奥运赛事,一边品尝江南美食,正是打开美好夏日的方式之一。西湖果莲是盒马“水八仙”系列里的“即食菜”,在鲜莲子主产地杭州,盒马和合作团队通过引进先进技术,让新鲜莲子即使长途跋涉地登上全国各地的盒马货架后,依

然能保持口感甜、水分多、莲心不苦等特质。近年来,盒马通过候鸟式布局基地、包装服务升级等方式,将这些江南时令的尝鲜时间、食用地域无限拓展。

在阳光玫瑰青提、金枕榴莲、麒麟奶油瓜、新鲜生蚝等食材区,还特别摆放了潮奔奔和盒马一同为中国健儿加油的有趣文案。短短几句口号,运动氛围瞬间拉满。

与此同时,在杭州 27 家盒马鲜生门店的扫码收银区,还藏着小小的惊喜。买单后,就能收到联名定制的机打小票,邀约大家在奥运期间“潮看比赛”。

值得一提的是,从昨天开始,杭城盒马小哥的生鲜食材配送箱焕然一新,成为街头一抹蓝色的风景线。这对“蓝蓝CP”和戴着可爱河马造型头盔的盒马小哥,一起奔走在杭城的大街小巷。



领鲜一步,潮看比赛 “盒潮一起”为奥运加油

作为离年轻人最近的生鲜零售品牌之一,创造了很多“哇塞”美味的盒马,一直是鲜美生活的传递者,也是美食界的潮流风向标。

蓝色的羽毛、红色的尖喙,额头有着“白色圆形花钿”,还画着“长眼线”,即将满一岁的“潮奔奔”羽翼丰满,潮范儿更足了。

共同联手上线“盒潮一起 为中国健儿加油”活动,潮新闻和盒马鲜生再一次擦出了有趣的火花。

当两个“萌萌哒”的吉祥物在杭州亚运会之后再度牵手,有网友大呼,“等

这对CP好久了。”路过盒马门店的消费者表达了喜爱之情,“嗑了这对CP,好萌的组合”“圆鼓鼓的小鸟和胖乎乎的河马,这对‘蓝蓝CP太萌了’”“看他们运动,我也想去健身了”……

为巴黎奥运会助威喝彩,全杭城约 200 个盒马社群播报,同步推出“每日奥运号外”,新鲜传达赛事资讯。

值得一提的是,巴黎奥运会期间,“潮奔奔”还“进化”出特色 AI 功能——“潮奔奔智能助手”。不仅能在奥运期间化身“奥运情报站”,实现内容智能检索、新闻推荐、赛事速览等功能外,潮奔奔还与用户随时互动,发起每日奥运竞猜活动并派发奖励。

奥运期间,无论是在盒马鲜生门店、盒马app 或是在潮新闻客户端,大家都能看到两位吉祥物萌萌的身影。

光看比赛不过瘾 职场人动起来了 “工位健身三件套”火了

本报讯 随着 2024 巴黎奥运会拉开大幕,运动健身的火热也传递到了职场圈。在社交平台上,“带薪健身”“随地大小练”“办公室 gap minute”等成了职场关注话题。

每逢体育赛事,紧跟热点的“义乌制造”总能获得市场的青睐。来自淘工厂数据显示,运动健身类器材同比去年 7 月销量增长超 120%。其中,以拉力绳、握力器、瑜伽垫为代表的“轻巧风”运动器材,成为最受职场人青睐的“工位健身三件套”,并呈现出三位数增长。

不同于去年的卷腹轮、壶铃等偏力量型运动器材的火热,今年的职场打工人有了属于自己的运动节奏,相对柔和、轻巧的工位健身火速出圈。

义乌市今金电子商务有限公司经营体育器材 10 年,是一家工贸一体的源头厂商,今年与淘工厂深度合作定制了“健身三件套”相关产品,负责人王建鹏介绍,最受欢迎的当属拉力绳、拉力带这类低门槛运动器材,“运动量小但又能拉伸”“适合茶歇期间、饭后休息,随时随地都可以拉伸 5 分钟”等便捷特点,吸引了职场人热情下单。

不只是王建鹏,不少义乌商家也有同感,该品类带动消费趋势明显,不仅适配工位场景,也很适合校园、寝室等场景。和拉力带(绳)一样,面向职场人的握力器也同样受欢迎。作为力量训练的核心轻巧器材,被称为“口袋里的健身器”,并成为这届职场人的减压神器。

不同于柔和型项目,对抗型运动的代表羽毛球,也迎来非一般的热度。数据显示,同比去年 7 月,今年的羽毛球及羽毛球训练器等热度冲高。

综合来看,在赛事热的影响下,淘工厂上的 3 亿多消费者也刮起了浓浓的运动健康风。但不同人群的偏好和选择差异明显,这也意味着,淘工厂在丰富供给的背后,消费者开始能找到各自不同偏好但又具备性价比的消费需求。

本报记者 祝瑶

