



跨界新品频频亮相 营销活动吸引眼球

上海老字号

焕发“新潮”生命力

作为全城参与的购物嘉年华,第二届“五五购物节”启动以来,不仅市民的消费热情被点燃,一批上海老字号更展现出更新更潮的生命力。“沪品国货”不仅与全球品牌同台争艳,首发跨界新品,而且为“五五购物节”准备了各种营销活动,邀请市民前来“薅羊毛”。

三阳南货店,“五五折专柜”吸引众多顾客选购 本报记者 陶磊 摄

作为上海最大的老字号餐饮企业,杏花楼集团为助力第二届“五五购物节”再出大手笔,发放40万张55元赠券。凡在杏花楼集团旗下36家指定门店堂食,消费实际支付每满300元赠55元券,赠券将用于堂食消费,可无门槛使用至8月底。

记者了解到,55元赠券的吸引力非常强大,杏花楼旗下主要几家门店,包括新雅、沈大成、燕云楼、洪长兴在小长假首日销售额突破130万元,同比增加了200%以上,即使相较于2019年同比也提升了30%左右。

南京路步行街上,三阳南货店的“五五折专柜”非常显眼,上海特产苔条、豆酥糖、马蹄蛋糕等全部以五五折销售,来沪游客们都大包小包地买回家。东拓段的老字号新店们也迎来大客流,喝一杯花色鲜米浆,吃一块“猫蛋糕”,再把大米面膜、蟹黄酥作为伴手礼带回去,成为不少游客购物的“标配”。

新世界集团表示,集团旗下食品老字号邵万生、三阳、泰康、真老大方5月1日当天合计销售额约为110万元,其中真老大方和泰康熟食柜台销售额同比提升了70%以上,邵万生和三阳南京东路店同比提升30-45%。 本报记者 张钰芸

老品牌直播带货照样玩得溜

吸引更多年轻人爱上『国潮好货』

“五一”假期里刷抖音,发现不少上海老字号在抖音上直播卖货,老品牌“玩”起新推销渠道照样“很溜”,也让更多年轻人了解、喜欢上“国潮好货”。

为响应上海“五五购物节”号召,抖音电商从4月30日就开启“抖音55潮购季”,至5月9日结束,围绕“潮、爆、型、范”四方面,投入亿级流量和补贴进行优惠大促,特色直播有上百场。上海新世界大丸百货、浦东第一八佰伴等商场及百雀羚、自然堂、水星家纺、回力、恒源祥、野兽派等国货品牌在抖音电商开播。

1931年诞生于上海、拥有90年品牌历史的百雀羚,在线下有着过亿级消费者基础,但依然看重线上短视频和直播带来的“新战场”,尤其是通过直播带货可以吸引年轻一代消费者。“百雀羚在2020年4月开通抖音小店,希望在拉动品牌账号生产更多有趣有料的内容的同时,打造好抖音小店,让消费者也能通过抖音电商更精准地买到自己青睐的好物,给消费者打造一个体验更佳购买与复购体验。”百雀羚社交电商事业部负责人谈道。

百雀羚在抖音电商与达人合作,曾创下品牌专场GMV(成交总额)破千万元的成绩。第二届“五五购物节”,百雀羚准备了丰富的货品,标出给力的价格,更为抖音电商里的消费者准备了福利专供系列产品。活动期间,百雀羚还会配合上海市商务委举办的“新品首发”线下活动以及市政府牵头的达人带货活动,和抖音电商线上活动联动,主推其高端帧颐系列产品。

上海另一家老字号——恒源祥成立于1927年,有着94年的品牌文化积淀。“现在国潮已经成为一个被市场尤其是年轻消费者所普遍接受的概念与潮流趋势,而恒源祥其实是有天然的‘国潮基因’的一个品牌,一直在跨界、文化、艺术等方面突破自己,未来我们也会在这些方面做出更多的有益尝试,并向消费者传递更多的正向品牌价值,把品牌故事与更多抖音电商用户分享。”恒源祥相关负责人表示。

本次“抖音55潮购季”,恒源祥在其直播带货中介绍产品设计背后的生肖文化,让广大消费者在购物的过程中了解更多民俗知识,助力线上新型文化消费,“我们已意识到兴趣电商是电商时代的趋势,从品牌宣传到品牌传播都是全新的渠道与尝试,同时是拓宽消费渠道的一条新路径。” 本报记者 金志刚

首发跨界新品

1958年诞生于上海的飞跃球鞋,在上世纪80年代一度成为风靡全国的“时髦鞋履”。如今,老字号焕发新魅力,飞跃帆布、硫化鞋近年来突然“翻红”,成为备受年轻人喜爱的“国潮”代表作。

此次“五五购物节”期间,互联网平台途虎养车和飞跃品牌合作,推出联名款周边产品“飞跃潮鞋”,限量发售。这款潮鞋以简洁设计、轻便用料搭配途虎LOGO,橡胶鞋头修饰版型,生胶纹理鞋边,舒适耐磨,且轮廓感十足。

“轮胎与鞋履堪称一对老搭档,在历史上曾发生过无数次共振。”途虎养车市场副总裁严瑛说,例如马牌轮胎与阿迪达斯、固特异与斯凯奇,倍耐力与彪马等知名企业之间都推出过联名的杰作。

而这一次,途虎养车和飞跃的合作,更是新老品牌的联合“破圈”。“我们希望借助飞跃鞋的知名度,触达越来越庞大的年轻消费者,而飞跃品牌也同样希望依靠途虎养车,在中国新车主的圈子中提高品牌美誉度。”

光明食品集团也将“五五购物节”作为新品首发的最佳平台。在花博会即将到来之际,光明乳业在随心订平台设立“云赏花博会”展馆,市民能在这里买到花博会的限定产品,例如牛奶桂花味、薄荷巧克力味冰淇淋,其形状为水仙花和上海市花白玉兰,还有“一枝杨梅”、“光明优倍鲜奶冰淇淋龙井茶风味”等冷饮新品,以及光明花博会限定款赏味酪乳等。

近几天,上海梅林则在五角场商圈的快闪店首发新品,午餐肉、火腿、八宝饭、番茄沙司等四大经典罐头组成“建筑可以阅读”礼盒,好吃好玩又好看。传统罐头的创新吃法,也在现场一一展示,吸粉无数。

促销优惠给力

新品潮品亮眼,促销优惠也很给力。平时很少打折的老字号们在“五五购物节”期间也纷纷推出各种营销活动,用实惠价格和高品质产品吸引各方来客。

“五一”假日前三天上海接待游客1030.31万人次

149项文旅体验活动魅力尽显

149项文旅体验活动登场,为市民、游客提供更多休闲旅游新体验。上海旅游大数据监测结果显示,“五一”假日前三天,上海接待游客1030.31万人次,宾馆旅馆平均客房出租率为73.2%,较2019年同期增长13个百分点。

“五一”假日,上海推出文化民宿、都市观光、观剧看展、亲近自然四大类149项活动。其中,红色旅游成为市民、游客关注的热点。轨交1号线徐家汇站“地铁文化长廊”,展示了海派之源中的红色基因;国歌展示馆推出《百万雄师过大江——渡江战役图片展》;坐落在渔阳里广场的“思南·初心书房”推出红色文化主题快闪店。

上海五个新城推出了各具特色主题活动

青浦朱家角古镇推出赏灯光秀、品香茗、听评弹、坐游船等夜游活动;南汇新城的海昌海洋公园内,水上飞人、水幕激光、无人机方阵等海陆空联袂呈现《海天鲸焰·烟花水幕光影秀》;松江新城的欢乐谷推出童趣乐园;嘉定区的一些老字号、特色商铺联动,推出相关优惠活动;奉贤新城推出2021上海(国际)花展奉贤上海之鱼会场。

“五一”假日前三天,上海市170家主要景区(点)累计接待游客466万人次,较2019年同期增长6%;重点文化场所接待游客104.43万人次,其中,纳入假日监测统计的8家红色主题类景区(点)接待游客4.56万人次。

本报记者 杨玉红

苏州西山太湖花海农庄

麻将、钓鱼、卡拉OK、羽毛球、免费棋牌、赠送景点门票

三日游包吃住298元/人 四日游包吃住398元/人

周末三日游包吃住360元/人 五日游包吃住498元/人

上海至本农庄往返车费80元/人,10人以上小区接送

联系电话:18652426149 徐先生(微信同号)

浙江仙居、三门、宁海、永康、仙都农家乐直通车

绩溪 农家乐直通车
宁国 农家乐直通车
磐安 农家乐直通车

三日游 398元 纯玩,无购物 五日游 598元

包吃住,含景点,大门票,含来回车费,12人上门接送,旅游大巴全程陪同

手机微信同号:13621917334 沈

申江国旅37周年

云南北线59号六合大厦1012室(南京一店后侧)
地铁1、2、8号线 人民广场 19号出口

63350296 63350295

大别山 白马尖康养休闲大巴7日 动车往返 硬卧返春季 七日 1088元 山上标准四星宾馆5晚 含6早11正、门票 1398元

扬州 三日游 298元 全含 泰山 三日游 299元 全含

兰溪柏社度假山庄 崇明花博会一日 148元 (平日)

避暑·养生 2100元/人 大明山 三日游 199元 普陀山 三日游 339元 (70岁以下补门票)

七里乡避暑养生五日 499元 套班车票送购物,周末不加价

杭州 二日游 199元 全含 江郎山 三日游 299元 丽水 四日游 399元

茅山 三日游 298元 含三早五星宾馆 天柱山·文博园·十里画廊 汽车纯玩三日 399元

象山沙地村三日游 含二早三正(赠送索道) 368元,50人团 298元 桃花潭畔诗画山水酒店自驾游 249元/人/晚 (5间起订优惠)含早餐、泡星空森林温泉或太平湖游船、桃花潭畔西岸景区