



# 远方的橄榄树借电商实现品牌化



群山环绕的陇南位于陕甘川三省交汇,与地中海同处于北纬33°,气候环境适宜成为了油橄榄种植的天然条件。虽然这里压榨出的油品十分优质,可无人知晓,缺少品牌,陇南的橄榄油如今仍然面对着走不出大山的困难。

“双11”前夕,陇南油橄榄高峰论坛刚刚开幕。北京商报记者近日走访当地油橄榄种植园了解到,橄榄时光作为陇南当地的橄榄油生产方,已经与本来生活网建立合作,在即将到来的“双11”促销节中,借助电商平台,进行新品发布、直播等,将陇南橄榄油销售至一线城市。橄榄时光董事长龚炜莉表示,国内大循环的格局对农产品出山而言是一次机遇,尤其是国产橄榄油。目前只有将橄榄油品牌化,才能扩大陇南橄榄油销售,这不得不借助生鲜电商、社交电商等渠道。

## 农户:实现增收

曾被农户大量砍伐的油橄榄,现在成为了增收的主要来源。在北京商报记者走访中,根据当地的农户透露,几年前,没有企业收购橄榄果,导致果子卖不出去,烂在树上,遍地的橄榄树无法变现,橄榄树被农户们纷纷砍伐,天赐的地理条件被彻底埋没,而群山环绕的陇南又不适宜种植粮食,贫困成为外界人眼中对陇南的第一印象。而2018年,橄榄时光成立,农户的橄榄果终于找到了下家。

根据橄榄树种植户邵先生介绍,自家拥有4亩橄榄树,在橄榄果无人收购时,家里仅靠种植一些花椒生活。现在企业收购橄榄的价格在一公斤6元左右,家庭年收入明显实现了成倍增长,大约每年能够增加4万元的收入。据悉,陇南九县中,西和县、礼县、宕昌县是国家百贫县,2018年,农村人均每月可支配收入不到600元。

此外,根据龚炜莉透露,目前橄榄时光所收购的份额大约占到陇南市场的1/3,接下来橄榄时光将加大生产线的布局,预计将从目前的2条增加至5条。而仅仅靠这2条生产线,在2019年橄榄时光帮助了1176户陇南当地果农,果农收入共986万余元,其中特别帮助了特别贫困户198户,果农增收达到39万余元。

## 企业:多渠道拓销路

对于农户而言,解决了橄榄果的销路,但对于收购企业而言,如何能让全中国的消费者了解并购买陇南橄榄油却仍是最大问题。本来生活网总经理刘有才介绍,2020年1月,本来生活网与橄榄时光启动合作,全网上线推广销售橄榄时光系列产品。希望本来生活网可以利用自身的平台优势为优质的橄榄油拓销路、打品牌,从而实现品牌溢价,让更多的用户了解中国自己的橄榄油。

除了本来生活平台,橄榄时光还与小红书、抖音、下厨房等社交平台进行了合作。龚炜莉介绍,通过与各大电商平台的合作发现,橄榄时光的主要受众为25-45岁的女性消费者,主要集中在华东、华南区域。同时,受疫情影响,消费者在食用油上也越来越倾向橄榄油,所以对于橄榄时光进入中国市场而言是一次机遇。

此外,龚炜莉透露,除了线上,橄榄时光还将开启线下实体的布局,主要从上海的一些高端超市入手。龚炜莉指出,线下场景是与消费者建立沟通的最重要场景,能够通过线下场景更好地为消费者普及橄榄油的使用方式和误区。

进入市场的前提是产品具有品牌化。有业内人士指出,中国同样拥有良好的油橄榄种植条件,但如果没有能够直接面对消费者的品牌,则中国农产品无论好坏都只是白条商品,通过不可溯源的多层批发零售渠道进入市场,对商品品质的追求都显得意义不大。同时,若一味追求低价,则将带来商品品质的进一步下降。

## 消费者:产品可溯源

生产端与消费端缺乏直接沟通的桥梁,市场上产品良莠不齐,久而久之,价格成了衡量产品的唯一标尺,劣币驱逐良币成为常态。有橄榄油市场知情人士表示,在中国橄榄油市场中,进口橄榄油份额超过了90%,而从海外到中国需要进行长时间运输,甚至在运输过程中的保存不当会造成橄榄油品质下降。同时,难以溯源也是消费者在购买进口橄榄油时面临的问题之一。

疫情发生后,食品安全的重要性愈发凸显,尤其在国内外大循环的背景下,消费者将食品的关注度更多放在了国内市场。刘有才指出,农产品可追溯性系统的建设变得越来越重要,完全变革的流通渠道,将溯源的可能性和成本大大降低,帮助消费者对产品有更加客观的认知。以橄榄时光为例,橄榄时光负责技术的投入与种植标准的制定,合作当地农民按照统一规

范进行橄榄果种植;本来生活网则运用DTC体系打通种植端与用户端,与橄榄时光合作共建供应链,运用平台资源赋能橄榄时光的品牌打造,实现橄榄时光品质基础上的品牌溢价,并通过App页面新品展示、微信社

群推广、产地直播、新媒体推送等多种方式实现品牌营销与品牌传播。

单一产区的农产品可能只能供应很短时间、很小地理范围,但是借助电商平台能够实现覆盖全国的生

鲜网络,并低成本实现品牌化的可能。刘有才指出,通过直达用户的品牌体系,给生鲜的品牌化提供了品效合一的机会,并且可以做成单一品牌无法完成的事情。北京商报记者 赵述评 刘卓澜/文并摄

## 好商品、好价格、好场景、好服务

# 苏宁易购“双11”干货满满



没有高管出席站台,没有枯燥的行业数据发布,也没有宏大的战略规划,取而代之的是,满屏消费者关心的好商品、好价格、好场景和好服务。

10月26日下午,苏宁易购在北京召开的2020年苏宁易购“双11”全民嘉年华发布会上,郎永淳、罗永浩和贾乃亮将消费者在购物中最真切需要的干货一一列举出来。

## 苏宁易购“双11”百亿补贴福利范围扩大

发布官罗永浩在谈苏宁易购“双11”好价格时,重点提到苏宁易购“百亿补贴”计划,房子、汽车,还有各品类大牌商品都被纳入其中。

据悉,目前已有超过100个房产品牌参与了这次活动。碧桂园、富力、融创、绿城、首开等知名房企都给出了惊人的折扣,甚至有超500套特价房,补贴至5-7折。汽车方面,苏宁易购集结30大品牌上百款爆款车型,参加百亿补贴。

在家电3C方面,各大家电3C品牌,包括海信、Apple、三星、华为的新品都有大力度补贴。针对5G手机,苏宁易购的专项补贴平均到每一部手机补贴金额高达500元。

在日用百货方面,家乐福进口食品、进口红酒、锅具刀具、床品、卫生巾、面膜、洗护用品、收纳类用品等十几个分类低至5折。

诸如爆款产品,海蓝之谜面霜、雅诗兰黛小棕瓶、阿玛尼口红、资生堂红腰子等大牌美妆,此次也是苏宁易购“双11”百亿补贴的重点之一。

苏宁易购还有两个格外体贴的措施。在享受一大堆好产品同时,消费者可以获得3、6、12、24期的分期免息福利。同样,百亿补贴福利补贴范围也扩大到苏宁易购线下门店业态。

本次“双11”苏宁小店、零售云店、家乐福、苏宁易购广场、红孩子等线下业态首次全面接入百亿补贴,借助一万家门店资源,实现从城市到县镇、从商圈到社区的下沉。

10月26日的苏宁易购“双11”全民嘉年华发布会上,线下百亿补贴政策正式公布,包括近7000家零售云门店双线比价“贵就赔”、苏宁易购电器店10万场店播、家乐福上千款爆品最高补贴50%、苏宁百货潮流新品满减和苏宁小店半价日等。

除了价格补贴外,苏宁易购电器店、家乐福、苏宁小店部分商品,“双11”期间还可支持3公里1小时送达的同城即时配送。

## 1000个买手团遍布全球 百万吨食材原产地直采

这个“双11”,苏宁易购提出的组货主张是,只为生活提案。通过对全球新鲜、智能、个性这四个大维度变化的洞察,努力完成让每个消费者兴奋的新消费企划。

郎永淳介绍说,苏宁易购不仅和全球数百家大牌和供应商达成了深度合作框架协议,获得品牌官方

授权,还通过1000个海外买手团队,在全球搜罗新品牌和新商品,把国外消费者喜爱的高颜值、高性价比好货带来更多国内消费者。

同时,还将有100万件盐源苹果、100万件东北大米、100万件爱媛橙、超1600吨福建红肉蜜柚、超1000吨烟台富士苹果,以及大量内蒙古乌拉特草原羊肉、宁德冰鲜黄鱼等原产地直采好货上线苏宁易购、进入家乐福超市。

发布会上,郎永淳称,今年“双11”,苏宁易购还会上线大量个性和定制新品。它们是基于480万条活跃用户的有效评论和意见反馈,筛选出的26大类、168小类痛点,联合厂家进行研发的产物。

目前,苏宁拼购旗下3万家店铺、60家拼购村、71家拼工厂、35大产业带和各大OBM品牌等全面参战“双11”,源头直采、产地直卖、工厂直造,集结超10万款小家电、生鲜、美妆、服饰等超低价爆款,为消费者带来品质好货。

## 3000吨水果免费拿 退货上门取件不再收费

今年夏天,苏宁易购发布了全新的品牌心智“专注好服务”。

在发布会上,郎永淳宣布了苏宁易购“双11”期间,苏宁SUPER会员权益进行了全新的升级。万达电影、KFC、芒果TV等,覆盖吃、喝、娱乐、高频生活场景的专属权益。

值得一提的是,所有苏宁易购SUPER会员每个月都能领取100元生活津贴,领取后立马到账。无论是在苏宁易购、苏宁小店还是家乐福,苏宁线下的全部场景都可以无门槛享受。

当然,福利不止SUPER会员可以享受,“双11”期间,所有用户都可零门槛参加苏宁易购准备的游戏和任务,商品轻松免费拿。

每个用户通过“人人皆可播”游戏做任务,即可获得53度飞天茅台、华为mate40 pro等紧俏产品的抢购权。

此外,以今年大热的小苏农庄为例,“双11”期间,苏宁免费送3000吨水果,用户通过玩游戏便可以免费领取新鲜水果。

郎永淳在发布会上还发布了一项苏宁易购全网首创的服务。

据介绍,今年“双11”快递行业最大的变化,就是苏宁率先取消了退货时的上门取件费。“0元取件”服务产品,涵盖自营、供应商、商户订单。消费者在苏宁易购网站购买的商品,收货次日起,7天内申请无理由退货,就可享受苏宁快递免费上门取件服务。

除“0元取件”,发布会当天还释放出退款“急速

退”服务。自商品寄出后,不需要经过商品退回之后检查等繁琐流程,平台先行退款;部分订单只要审批通过,就立即退到账户。

苏宁金融为剁手党提供了超多的福利,如任性付联合20余家主流银行推出全场3期免息起,至高24期免息。同时,为满足消费需求,任性付将针对500万用户进行专项提额。苏宁金融一键注册、一键支付、一键授信、一键客服,科技助力购物体验全面升级。

## 全场景苏宁直播“搭”金字塔 推出5万多场直播

作为苏宁直播联合主理人的贾乃亮介绍,“双11”期间,超级买手直播13天连播13场,他还会请他的很多大咖朋友们组成超级买手明星团,来为消费者甄选好礼。除此以外,超级买手直播间将精选推出1000款网红爆款和20亿诚意福利,价格保证低于市场价10%,品类囊括了生活的方方面面。

同时,今年“双11”,苏宁直播将为消费者呈现一个全场景直播金字塔:2场超级秀直播、13场超级买手直播、200多场IP大咖直播、2000多场主题直播、3000多场品牌直播和5万多场“店播”“村播”。处于金字塔最顶端的是10月31日浙江卫视和11月10日北京卫视的2场超级秀直播,苏宁通过大屏综艺、大屏直播的方式,将最多的收视人群囊括到自己的消费人群中,让边看边买成为习惯;第二层是前文提到的13场超级买手直播,把粉丝经济+严选好物结合起来,给消费者带来性价比最高的商品;第三层是200多场IP大咖直播、2000多场主题直播和3000多场品牌直播,这一层属于细分领域,消费者可以根据自己的需求和喜好选择最合适的直播;第四层是50000多场“店播”和“村播”,也是“素人直播”,发挥苏宁线下和产地直采的优势,拉近与消费者的距离。

然而,贾乃亮却表示,苏宁易购“双11”的全场景不仅仅局限于此。

刚刚打进S10决赛的SN战队,将在11月11日开启虎牙直播首秀,和知名主播决战峡谷;PP体育也会在欧冠顶级赛事的直播间内奉上百万进球红包雨;全国各地的苏宁易购门店还将成为中超赛事的“球迷第二主场”。

## “双11”大促看点

### 促销力度大 服务全升级

“双11”走进第十二年,战线越拉越长,剁手玩法也变得更加复杂和有趣。在营销活动方面,北京苏宁易购通过政企联合方式继续推动400元智能产品消费券的发放,全面提升智能家电的普及和居民生活水平的升级,充分带动新消费的发展。与此同时,通过打折、优惠促销等方式,融合线上线下多场景体验,真正实现让利利民,全面激发新消费需求,促进消费市场发展。

在补贴力度方面,北京苏宁易购推出了家电以旧换新补贴,最高补贴1500元活动。同时针对采暖市场的发展需求,联合行业知名品牌举办北京苏宁易购采暖节,全面推出采暖补贴,最高补贴2000元。在家电补贴力度方面,推出家电满千返百,最高返3000元,给到北京消费者实实在在的实惠。