

大牌上演“猪光宝气”营销战

随着猪年的到来,各个品牌的新年限定系列产品也开始陆续推出。为了迎合中国消费者,各品牌在外观、颜色、设计理念、风格、品类等多方面体现“中国年”特点,同时,不少品牌选择在线上首发限定产品,满足碎片化的消费需求。一场新年营销战已经拉开序幕。

借热造势推限定款

农历新年未至,各大品牌便开始借这个特定的时间节点推出各种新年限定款商品。其中,美妆品牌自然少不了为中国年推新品。北京商报记者了解到,雅诗兰黛这次为了俘获“少女心”,推出了一款镶满粉钻的限定粉饼;Becca推出猪年限定款高光,不仅在外包装上印有小猪的印花,在粉饼上也设计了小猪的图案;兰蔻在今年推出的限定系列重点体现在外观上,LOGO部分设计了带有翅膀的“小飞猪”形象,外观颜色选择了“新年”色。

一直看好中国市场的国际品牌更是为了满足中国消费者推出中国风产品。LV在猪年推出限定手链,在仿古硬币上雕刻了一只小猪的形象,LV除了推出限定手链之外,还推出了两款小猪外形的钥匙扣,分别有黑色和红色两种。同样推出手链的Dior,并没有在“猪”上花心思,而是选择了具有中国传统意义的红绳推出了猪年红绳手链,迎合中国消费者消费需求。通过以往的设计来看,大家会认为Gucci在猪年会在卫衣上印一只猪猪形象的大印花,而今年它推出的限定款是将一只MINI的小猪形象印在了LOGO上面进行点缀,同时,还推出了猪猪形象的包包。



线上成为主要渠道

北京商报记者发现,不少品牌选择在线上平台推出限定产品。彩妆品牌MAC在天猫独家推出限量版中国年五福子弹头礼盒,同时,纪梵希、VANS、天梭等品牌也在天猫首发了新年限定系列。此外,SK-II的新年特别版神仙水在京东上线,不仅包装用了红色,在瓶身上还设计了小猪尾巴的形象。

据天猫发布的《2018中国新品消费趋势报告》显示,天猫平台在最近一个月内各品牌首发的新品接近

300万款,相当于每天有10万款商品上架。许多单品设计上强调了“猪年”、“中国红”和剪纸风等传统新年元素。此外,2018年,超过60%的知名大牌都选择在天猫首发新品,新品销售增速超过天猫平均销售增速2倍。

没有地域障碍是品牌选择线上渠道去推广的重要因素。通过线上平台,消费者可以第一时间去了解产品信息,对于限定款的产品可以直接下单购买,企业也不需对各地区供货量、实体店成本去烦恼。而从如今的消费环境看,实体店更多扮演的是体验和展示的角色。

适合短期供应

实际上,限定款商品对于各个品牌的粉丝来说有一定的吸引力,但对于普通的消费者会产生不同的观感。像英国品牌Burberry为新年产品制定了产品宣传片,但由于场景和色调过于特别,在社交媒体平台引起广泛讨论,有的消费者表示毫无新年氛围。

在北商研究员特约专家、北京商业经济学会常务副会长赖阳看来,品牌在新年节点推出限定款对于销售业绩有一定的拉动作用,同时可提升品牌形象。限定款产品对于品牌的忠实消费者有一定的吸引力,首先品牌鲜明的设计彰显了品牌的形象,从设计理念上抓住消费者的消费心理。其次,限定款产品具有一定的收藏价值和纪念价值。

但限定款的产品不能作为一个长期的销售策略去供应。大多数非粉丝消费者对于品牌限定款的产品不一定会认同,品牌需要平衡不同消费者的消费需求。像限定款产品更适合短期售卖,满足有特色设计需求的消费者,拉动销量,同时避免流失主流消费群体。

北京商报记者 王晓然 郭缤璐

“猪”事如意, “贡毫”寓意——花茶更好

1月1日 — 27日

吴裕泰
WUYUTAI TEA

超值换购

1月1日-27日,一次购物满茶礼券设计(不含散茶)满200元,即可超值换购指定款茶叶。

爆款礼盒

1月6日-27日,指定12款爆款礼盒均一价。

更多惊喜尽在“吴裕泰茶生活”
微信服务号

活动期间,登录微信服务号“吴裕泰茶生活”开启更多惊喜。

吴裕泰茶生活 吴裕泰官方微信

9g品鉴装茉莉花茶	零售价:40元	25元 换购价
10g品鉴装白毫银针白茶	零售价:40元	25元 换购价
8g品鉴装金骏眉红茶	零售价:45元	35元 换购价

均一价 358元	
250g品鉴装西贡龙井绿茶礼盒	388元
250g品鉴装正山小种红茶礼盒	388元
860g茉莉花茶礼盒	388元

均一价 428元	
800g吴裕泰中华老字号礼盒	480元
280g吴裕泰碧螺春绿茶礼盒	480元
168g吴裕泰大红袍礼盒	500元
168g吴裕泰金骏眉礼盒	500元

均一价 588元	
199g吴裕泰正山小种红茶礼盒	660元
168g吴裕泰金骏眉礼盒	660元

均一价 818元	
224g吴裕泰2000周年纪念礼盒	880元
140g吴裕泰大红袍礼盒	880元
250g品鉴装西贡龙井绿茶礼盒	980元

吴裕泰
农历己亥年

咨询热线: 400-610-1887 / 团购热线: 400-108-1887 / 加盟热线: 400-630-1887

WWW.WUYUTAI.COM