

· 资讯 ·

防晒不分性别
男性购买遮阳伞比例同比增23.54%

北京商报讯(记者 王晓然 赵述评)夏日防晒不分男女。6月27日,在线导购平台返利网发布夏季流行用品报告。报告显示,更多男性加入防晒大军,男性购买遮阳伞比例同比增长23.54%;驱蚊喷雾、驱蚊手环、驱蚊贴占据驱蚊用品销量前三名。

爱美的女性早已将防晒用品武装到牙齿。报告显示,2019年5-6月,除防晒霜之外,多种防晒及防紫外线用品销量持续增加,销量前三名依次是:防晒衣、太阳镜、太阳伞,销量占比分别为17.08%、13.56%、10.59%。除此之外,诸如防晒袖套、防晒裙、防晒口罩等较为小众的防晒产品销量较往年也有大幅提升。防晒裙的销量增幅最为显著,与去年同期相比增长幅度达35.8%。

值得注意的是,越来越多的男性加入防晒大军,男性购买遮阳伞比例持续增加。返利网数据显示,今年5-6月,男性购买遮阳伞比例占遮阳伞总销量的35.78%,也就是说,每3个购遮阳伞的人里面就有一个是男性。

消费者忙着防晒也忙着驱蚊。返利网数据显示,驱蚊用品种类繁多,除去传统的蚊香类产品之外,驱蚊水/喷雾、驱蚊手环、驱蚊贴占驱蚊用品销量前三名,分别占比为17.45%、15.6%、13%。

推进社群式课程 大V店合作豌豆思维

北京商报讯(记者 王晓然 王维祎)6月27日,社群电商大V店与豌豆思维在京举行战略合作签约仪式,将通过社群模式,推进中国少儿素质教育发展。

此次,大V店与豌豆思维将公共探索“电商+教育”共赢新模式。同时,豌豆思维还将为大V店会员提供专属的课程福利。例如,豌豆思维益智思维AI互动训练营,其中包括10节课程和细致的社群服务,并提供各种育儿知识讲座和课程分享。

豌豆思维联合创始人于大川表示,近年来,随着STEAM教育的兴起以及新一代家长对于儿童综合能力的关注度不断提升,将刚需的学科学习和素质教育结合已经成为一种趋势。大V店作为以亲子教育为起点的妈妈社群电商,以独特的社群模式深耕妈妈群体的需求,一切以妈妈为核心,希望借此机会,通过双方的深入合作,能将先进的少儿思维教育理念传递给更多的家庭、更多的孩子。

此次合作,通过大V店精细化的社群模式,用户将以共学、交流、跟踪、反馈的方式在线学习豌豆思维的课程,让更多的孩子接触系统化的课程。

搅局全球时尚版图 山东如意收购多个服装品牌

北京商报讯(记者 王晓然 陈韵哲)为完善纺织服装产业链,充分发挥品牌拉动效应,将公司打造成国际化的轻奢时尚品牌运营平台。山东如意毛纺服装集团股份有限公司近日发布公告称,拟向北京如意时尚投资控股有限公司购买其控制的Gieves & Hawkes、Kent & Curwen、Cerruti 1881、D' URBAN及Aquascutum等深受消费者青睐的国际高端服装品牌运营企业。

据了解,该资产注入后,公司业务范围将从目前传统的毛纺纱线、面料、服装智能制造向时尚品牌运营及智慧门店零售网络延伸,充分发挥科技纤维、纺织智造、时尚品牌三大板块协同效应,降低运营成本,缩小产品设计和创新能力与国际领先企业的差距,拓展公司发展空间,向纺织服装高利润端的品牌运营延伸,实现从纺织智造向时尚品牌运营的转型升级,成为国际领先的高端服装品牌运营商,提升公司盈利水平。

炎炎夏日 盘点不可或缺的伴侣

邀几位好友小聚是夏日时节最好不过的消遣活动。尽管不一定非要曲水流觞,但小龙虾、啤酒、椰汁等,这些被称作“夏日必备佳品”的单品或组合自是不能少。

满足口腹之欲是大事,降低体感温度也不可小觑。降暑降温是夏季的另一个主题,众多纳凉降温的商品也开始走俏。小风扇、衣物清凉喷雾、清凉贴等消暑小神器成为亮眼的热销单品。

配备降温小物件

夏天的太阳一天比一天大,温度更是节节高升,时不时气象台就会来个高温预警。白天时走出房门变成了一件极其考验勇气的挑战,闷热的夜晚更是让人辗转反侧难以入睡。众多可降温、自带凉爽感的商品不断走俏。

衣物清凉喷雾是近几年夏天在电商平台和药妆店火爆销售的降温利器之一。衣物清凉喷雾已经被消费者称为“移动的空调”,主要成分就是薄荷和乙醇。通过乙醇的物理性能达到挥发散热的功效,让皮肤温度瞬间降温。消费者只要在

出门前轻轻一喷就能带来至少两小时以上超强的冰爽感觉。在使用过程中要注意,衣物清凉喷雾不能直接喷在皮肤上,会刺激皮肤。

不仅是喷雾,消费者还可以配备可充电的小风扇进行降温,而平时充手机的充电宝就可随时为小风扇充电。小风扇不仅方便携带,耗电量也比较少。

市面上的小风扇,叶片有4片设计也有3片设计,4片更加容易均匀地切割气流,即使是自然风也能保持强劲,风速更为平稳,不会出现忽强忽弱的感觉。



防晒“贴身”物

除了让人心情舒畅的食物,以及迅速降低体感温度的小物件。举例来讲,将T恤打湿后拧干至不会滴水,挂在需要坐的椅背上,将风扇放在椅子后面,随着水分蒸发,经过T恤的风温度将会更低。但要注意不要用冰水,防止着凉。

外出时,还可以用帽子降温。让帽子遮挡住脖后颈,或者是将湿毛巾放在脖子上,让脖后颈远离阳光。因为人体的温度控制中枢在这处,这样做可以让身体“觉得”

很凉爽。

与此同时,清凉贴也可有效降低体温。消费者撕开清凉贴的透明薄膜,将胶面紧贴于额头、脖颈等需要防晒降温的地方即可。多数清凉贴的主要成分为薄荷和高分子水凝胶,利用物理原理,通过胶体中所含水分的蒸发带走多余热量,降低人体体表温度。清凉贴的降温效果不能持续一整天,只适合贴在一处,撕下来再贴在其他部位,冰爽感会有所下降。



吃着“国民宵夜”度夏

夏天已经到了,众多食物中,小龙虾、啤酒是当之无愧的“扛把子”。尤其是在相熟且贴心的好友相聚时,满手红油地吃过小龙虾,再来一瓶透心凉的啤酒,这个夏天才能算得上完整。

小龙虾成为夜宵界的“网红”,它早已成了夏日标配,通过电商渠道购买小龙虾的“90后”、“95后”是不容忽视的大军。网购小龙虾正流行,而年轻化是小龙虾线上消费用户的大趋势。根据京东大数据显示,在下单购买小龙虾的用户中,16-25岁的用户同比增长的幅度最大,达到209%,



“95后”成为小龙虾的购买主力。与此同时,26-35岁同比增长幅度为142%。

当然,吃小龙虾的同时购买“小龙虾伴侣”也需要提上日程。消费者在购买小龙虾时,也会选择搭配购买啤酒、椰汁等饮料。京东大数据向北京商报记者提供的统计数据显示,关联购买中,26-35岁消费者最喜欢吃小龙虾时购买啤酒,占比为50%。下单时间多集中在早上8点和晚上10点,其中百威、青岛啤酒、哈尔滨啤酒排前三。北京商报记者 王晓然 赵述评