全渠道营销“种草” 全方位直播带货

晋江品牌“双11”火力全开

本报记者 蔡明宣 柯国笠 柯雅雅 刘宁 吴晓艳

昨日，一年一度的“双11”购物狂欢节落下帷幕，在消费者“买买买”的背后，众多品牌企业也铆足了劲“卖卖卖”。

今年天猫“双11”，截至11月11日0点45分，有411个去年“双11”成交额过百万的中小品牌，今年销售额突破千万；40个去年“双11”成交额千万级的品牌，今年成交额突破了1亿元大关。此外，从1日到11日0点45分，已有382个品牌在天猫“双11”的成交额超过1亿元。

明星代言、多渠道“种草”、送出福利、全方位直播带货……在这场品牌的年末大促中，为争取“双11”佳绩，晋江企业使出浑身解数，总体也取得不错成绩。

扫一扫，看推文。

●体育品牌表现抢眼 食品企业不遑多让

东京奥运的余热尚未退散，北京冬奥已经如在眼前，运动风潮、国货崛起等力量带动今年“双11”运动品牌整体的强势表现。

这其中，作为国内体育用品品牌最集聚的晋江体育品牌，绝对是本次“双11”最抢眼的那部分。

今年“双11”，在京东平台，安踏集团旗下斐乐品牌前30分钟、安踏品牌前1小时的成交额就超过去年“双11”首日成交额；截至11月11日0点10分、特步全网直播业绩增长2000%，0点45分、全网业绩超去年全期；中乔体育电商业绩则在11月11日11时，业绩超去年全期；此外，鸿星尔克、361°等本土体育品牌都有喜人表现。

运动品牌表现不俗的同时，晋江食品行业中，盼盼、雅客、亲亲、有零有食等食品企业均有不错的表现。旺瓜、乐隆隆等食品企业电商业绩同比均有增长。

上述企业负责人表示，得益于“双11”流量的涌入，店铺流量高于平时，对企业“双11”业绩有带动作用。

●各路明星齐上阵 直播带货全不落

黄景瑜、高圆圆、江疏影、蔡徐坤、欧阳娜娜、倪妮、杨超越、刘浩存、龚俊……一大波明星加持下的晋江品牌，业绩“水涨船高”。

今年，安踏集团旗下斐乐品牌充分发掘代言人矩阵的优势，通过不同代言人特性，推出包括时尚运动、潮流运动、菁英运动、高级运动时装等不同产品矩阵。而新签明星张艺兴的加入，也让斐乐在“双11”末端有新热度。在电商平台，从产品上看，斐乐今年畅销款“火星鞋”“猫爪鞋”仍然受消费者热捧。

无独有偶，“双11”期间，361°与全球品牌代言人龚俊共创的全新系列产品“轨迹”系列携热爱奔赴而来，通过微博发起#为热爱发光#主题征集活动，让粉丝深度参与，形成品牌粘性；收获口碑的同时，“轨迹”系列11月11日0点上线，1秒售罄，也成为继AG1之后的另一个爆款产品。

发挥明星流量资源，将明星流量转化为品牌流量是品牌签约明星的重要目的。今年，让明星直播带货也成为品牌让流量变现的重要方式。

在直播方面，晋江品牌“双11”也玩出了不少花样。

今年，恒安集团旗下七度空间、心相印两大品牌除了亮相抖音大V“罗永浩”直播间等主要带货主播直播间外，还大力推动品牌店铺自主直播。

七度空间旗下签约代言人杨超越受邀直播带货。新晋代言人刘浩存也为七度空间直播首秀。不仅如此，七度空间还邀请W8VES厂牌先锋音乐人于贞、知名音乐艺人博主王大毛、奇葩说辩手马剑越、恒安集团共享中心副总裁刘莹等轮番直播，均取得良好效果。

抖音直播中，恒安集团将镜头常态化带入生产工厂中，现场卖货。恒安旗下另一强势品牌心相印则邀请白举纲、张颜齐等为品牌推荐官，参与心相印官方直播活动，并送出福利。

作为国内顶级流量，王一博给安踏带来可观收益。今年“双11”，在王一博的亲自带货下，安踏王一博同款霸道鞋走红，仅安踏官方网店一家就销售超过8万双。

有业内人士表示，今年，不少品牌企业大大加长了直播时长和频次，不少品牌还开启24小时不停播，直播带货已经进入“白热化”阶段。

在抖音带货大V罗永浩直播间，七度空间等晋江品牌在『双11』期间频繁亮相。

●营销“种草”全渠道 精细运营消费者

如何发挥晋江品牌产品优势，是今年不少企业思考的重点。持续推进全渠道营销，在小红书、微博、抖音、得物等品牌种草，精细化运营消费者，紧跟大数据做出选品和营销策略，这些都是晋江品牌今年“双11”的积极动作。

安踏品牌早在8月就开启全面“种草”，为“双11”做准备。今年，安踏品牌旗下多款产品成为爆品。其中，安踏球员签名鞋“海沃德2代”被众多篮球爱好者追捧，在“双11”开启首日，以250元左右的价格，被广大球友买到断货。

据悉，该款篮球鞋本身就获得篮球爱好者的广泛认可，并不愁卖。此次降价，相当于“直接送福利”。为此，不少消费者戏称“我把踏子当兄弟，踏子把我当亲爹”，直呼安踏在重要鞋款产品上给出良心价格。这也侧面显示，“海沃德2代”卖爆的同时，安踏的美誉度也得到同步提升。

七度空间则通过小红书、微博等渠道，邀请“小黄油块跑喔”等微博大V联动多名明星代言人，共同加入七度空间萌睡裤等产品的“种草”行列。

今年“双11”，特步留意到，消费者线上购物行为更趋理性，品牌在注重“双11”销售节点的同时，也更加关注平日销售，旨在打造日常私域运营闭环。

特步方面表示，“我们意识到，提高用户精细化运营能力、降低流量成本、提升品牌影响力及加强线上线下融合在电商新环境之下显得愈发重要。特步将继续围绕运动+时尚双轮驱动，推动销售渠道全面升级，把电商渠道作为品牌建设的桥头堡。”

不断深挖内容渠道的同时，跨界联名与直播也成为深耕消费者的重要方式。

亲亲食品携手合作伙伴永璞咖啡，推出咖啡圈系列产品；劲心劲意推出了以二十四节气主题的新款口罩——印象东方系列·立冬，以中国诗词为灵感，融合山水画元素；心相印品牌则与乐事薯片等快消品牌共同联动，带起流量。

“数字化+大数据”赋能

“双11”物流上演“加速度”

本报讯（记者 吴晓艳 秦越）流水线上快递包裹快速转运，即到即走……昨晚，走进泉州顺丰电商产业园，一场物流界的“速度与激情”大片正上演。

作为“双11”货物持续高效运转抵达消费者的基础部分，快递行业面临快递包裹持续增长的严峻考验。如何“提速”，应对“双11”大考？今年，顺丰提出了“链路数字化”的全面布局。

今年，在顺丰云的加持下，全景监控功能和“预测-预警-地区动态资源调度”的全链路运营体系建成。

“双11”期间，顺丰结合天猫平台公布的促销规则，结合促销规模、参与客户、区域类型、内部业务策略等因素，通过大数据技术手段分析历史波动规律，将快件量预测细化至每个城市、行政区，派送至就近网点，实现更加合理、高效的整体资源配置。

“今年的派件量同比2020年增长约40%。”据泉州顺丰相关负责人介绍，为保障业务高峰期内，客户能体验到高品质的物流服务，他们还通过智能分拣柜、智能终端、智能语音、智能地图等科技手段，更加紧密地连接供应链的仓储、运输、配送等端到端环节，实施全流程智能化管理和实时监控，提高运营效率与质量。

不仅如此，为优化高峰作业流程，缓解高峰仓库、中转及运输压力，顺丰还新增数十条直发线路，投入1000多辆营运车辆。同时，将极效前置件提前准备至中转场，减少跨区域中转环节，并在中转场增加投入9套自动分拣设备。

“今年，我们还实行四网（即：速运、快运、丰网、仓配）融通，以此提高小件中转处理效率。同时，融合线路上支线、干线端，合并发车，拉直线路，提早晚班次发车时间，提升了线路车辆装载率和运输时效。”该负责人表示。

2021胡润品牌榜发布 安踏位居48位

本报讯（记者 柯国笠）日前，胡润研究院发布《2021胡润品牌榜》，安踏品牌上榜，以355亿元的品牌价值位居总榜单48位，较去年上升40位，位居上榜泉州品牌第一。

除安踏外，泉州品牌世茂、达利也在列。

据安踏体育公告，2021年第三季度，安踏品牌产品零售金额（按零售价值计算），与2020年同期比较录得10%~20%的正增长，而与2019年同期比较录得10%~20%的正增长。10月18日，凯度集团发布“2021年凯度BrandZ最具价值中国品牌100强”排行榜，安踏以超31亿美元同比增长104%的品牌价值，位居第74位，成为服饰行业第一。

胡润百富董事长兼首席调研官胡润表示：“从品牌榜可以看出，今年运动服装品牌增长明显，如安踏、李宁，‘健康中国2030’及2022北京冬奥会都带动了人们运动的积极性，从而触发了运动服装的消费。”

据悉，这是胡润研究院连续第十六年发布胡润品牌榜。

根据榜单，今年胡润品牌榜200强上榜门槛为60亿元，与去年持平；百强上榜门槛为155亿元，比去年降低25亿元。其中，12家母公司都有不止一个品牌上榜。阿里巴巴仍然是上榜品牌最多的母公司，共5个品牌上榜，其中排名前三的是天猫、淘宝和饿了么。

3年年化2%贴息 省重点技改项目企业可获补贴

本报讯（记者 蔡明宣）昨日，记者从晋江市工信局获悉，福建省技术改造项目融资服务已于4月30日正式实施，晋江明年有实施省重点技改项目的企业可主动与银行对接，获取项目贴息补贴。

根据政策，福建省级财政对符合条件的合作银行贷款项目，自首笔贷款资金投放之日起的3年内，给予实际投放贷款年化2%贴息。单个企业或单个项目享受省级财政贷款贴息补助的实际投放贷款额上限原则上不超过3亿元，且不超过该项目总投资的50%。

据悉，福建省技术改造项目融资服务始于今年4月30日，福建省工业和信息化厅、福建省财政厅、中国人民银行福州中心支行联合印发《关于出台福建省技术改造项目融资支持专项政策有关工作的通知》，对省重点技改项目等给予专项贴息支持。同时，依托金服云平台设立专属板块，为企业提供便捷通道，简化申请流程，提高融资效率。

晋江市工信局相关人员介绍，符合条件的企业可通过金服云平台进行申请，然后与银行对接融资需求，经银行机构受理、审批，与融资企业洽谈确定贷款利率并签订项目贷款合同（贴息期内按照扣减省级财政贴息后的实际利率执行）、发放贷款。

百余名选手角逐“富怡杯”决赛 七匹狼员工获“CAD制版”项目第一名

本报讯（记者 吴晓艳）近日，2021年全国行业职业技能竞赛——全国纺织行业“富怡杯”服装制版师职业技能竞赛（以下简称“富怡杯”）全国决赛在常熟理工学院举办。来自21个省市的百余名选手展开角逐，最终，曹小华等6人获得“全国纺织行业技术能手”荣誉称号，孙萌宇等12名选手获得“全国服装行业技术能手”荣誉称号。

其中，来自晋江七匹狼服装制造有限公司（以下简称“七匹狼”）的胡牛崽，凭借优秀的表现获得此次竞赛“CAD制版”项目第一名、竞赛综合成绩第二名的佳绩。同时，被中国纺织工业联合会授予“全国纺织行业技术能手”荣誉称号。

据悉，“富怡杯”是一场综合性专业赛事，涵盖了服装CAD制版、立体裁剪、样衣制作及理论考试四个测试环节，深度考评了制版师的服装造型艺术素养、对服装款式图的准确解读，以及在制版过程中各项基础技术的扎实程度等。

此次取得不错的成绩，胡牛崽颇为惊喜。这已经是他第三次参加“富怡杯”比赛了。在胡牛崽看来，随着市场的不断变化，对制版师的要求也越来越高，未来的制版师不仅要有雄厚的技术能力，同时也要具备艺术审美和造型能力。“通过这一契机，可以向同行学习技艺，检验自身与同行的差距，且能在比赛中锻炼自己，让自己找到合理的定位，学习如何去补全自己的短板。”胡牛崽说。

每年七匹狼公司内部都会举行一场技能竞赛，这已成为七匹狼一项极具特色的企业文化活动，至今已连续举办20余年。这些年中，七匹狼以赛代练，培养了诸多技术人才。

“现在公司内部形成了‘比学赶超’的氛围，员工的生产效率及生产的产品品质都有大幅度的提升。”七匹狼工会主席罗龙祥表示，通过组织员工参加技能竞赛，能够形成“以赛促教、以赛促学、以赛促改、以赛促用”的良好氛围，更好地促进公司发展。

历经七届 累计征集参赛作品6.1万件

“海峡杯”工业设计大赛全面升级

本报讯（记者 柯国笠）“中国·海峡”工业设计大赛暨第八届“海峡杯”工业设计（晋江）大赛全面升级，除了在组织架构上全面升级，还首设揭榜作答，面向全省产业企业对工业设计的需求，开启命题作品征集，打造更具产业化的赛事舞台。这是记者近日从赛事组委会方面得到的消息。

作为国内较早开展的工业设计大赛，大赛围绕“引领设计与制造融合对接，带动福建产业转型升级”的办赛宗旨，不仅点燃了企业的创新激情，也推动了设计成果和优秀设计人才的落地，促进了海峡两岸工业设计协同创新。

据统计，过往七届大赛共征集参赛作品6.1万件，已先后引进8个境外设计团队，吸引64位优秀设计人才入闽就业或创业，20多位优秀设计师入驻晋江国际工业设计园区或入职晋江企业，大赛优秀设计作品转化率达20%以上，部分单品销售额超千万元，为福建制造业高质量发展注入“活水源泉”。

今年大赛继续面向全球征集，本届大赛报名时间将于11月30日截止。目前，大赛已经得到境内外制造业企业、设计机构、行业协会、科研院校及设计师的大力支持，取得了不错的效果。

本届大赛设置产品组、概念组2个组别，结合福建省“六四五”产业新体系，产品组设置先进装备类、电子信息和数字类、新能源类、工业旅游伴手礼类、综合类等5个类别，概念组设置时尚服装类、运动鞋类、茶产业类、老年用品类、综合类等5个类别，同时大赛与2021年“八闽杯”设计坊相关活动联动。

在注重赛事规模与参赛作品水平的同时，大赛更加重视优秀成果转化和人才落地，不仅将赛事奖金分为大赛奖金和落地奖金，进一步展示大赛成果和工业设计魅力，还将由晋江市人民政府牵头，依托大赛官方网站（http://fjcid.com）建设大赛数字展厅，对历届大赛获奖作品进行动态3D展示。

业内人士表示，“中国·海峡”工业设计大赛已成为国内规模大、规格高、影响广的重要专业赛事之一，日渐成为境内外工业设计成果、设计人才对接的常态化平台，为助推福建经济高质量发展增添新动能。

分类广告 2021年11月12日 星期五 广告热线：13305077599

遗失声明

晋江市恒强经济信息咨询有限公司不慎遗失晋江市市场监督管理局2010年2月10日核发的营业执照正副本，统一社会信用代码91350582550977422 1（注册号350582100113403），现声明该营业执照正副本作废。

晋江市恒强经济信息咨询有限公司

2021年11月12日

求 租

晋江邮政公司因邮件处理需要，现在磁灶、五里开发区等地求租3000平方米左右的场地。**要求：**土地或房产证等证件，消防验收合格证，消防喷淋等，装卸站台，地面硬化，水电配套，大吨位邮车装卸方便。

联系人：吴先生 13905065668。