

激活“他经济” 男装打出“组合拳”

本报记者 施珊妹 董严军

与往年相比,今年父亲节恰逢“6·18”购物节,又遇上欧洲杯足球盛宴,为品牌提供了绝佳的营销契机。

根据相关数据显示,男装已经成为父亲节的热销品。柒牌、利郎、劲霸、七匹狼等男装品牌更是紧抓这波流量,将深沉内敛的父爱以一组又一组有温度和高度的整合营销方式演绎,并与品牌特性及理念进行深度融合,打出了自己的特色营销“组合拳”,进一步激活“他经济”。



“爸”气升温 男装成热销品

年中“6·18”和年终“双11”,这两个购物节是所有电商的“兵家必争之地”,当“6·18”遇上父亲节,更是掀起一波“他经济”消费热潮。记者在电商平台输入关键词“父亲节”看到,剃须刀、皮带、茶叶、衣服等标注“父亲节礼物”的男士用品销量不俗。

从消费数据中,也能感受到这个节日独有的温情与趣味。

京东消费及产业发展研究院发布的《父亲节消费观察》显示,父亲节前夕,时尚类、健康类礼物是热门送礼选择,设计师/潮牌男装成为男装中受欢迎的品类,成交额同比增长118%;男士遮阳、男士乳液/面霜、男士洁面成交额同比增长均超100%;沉香手串、金丝楠手串深受爸爸们喜爱;保健酒、智能健康产品、足部按摩器等产品成交额增幅亮眼。

而在线下的利郎总部旗舰店,导购钟顺告诉记者,从往年来看,临近这种节点会有一个小高峰,很多客户会在门店选购送给家里的长辈,而且不局限于自己的父亲,还会送给爷爷辈,所以会带来一定的销售小高峰。“我们也希望通过这样的节日推广利郎,让更多的客群知道利郎,拉近我们与消费群体的距离。”

传统观念中,父亲这个词似乎对

应着“保守、稳重”。然而,随着时代的变迁,“70后”“80后”“90后”让大家看到了时尚与个性的“爸爸”,生活的仪式感也让父亲节礼物的送礼人变得更加多元,孩子送给爸爸,妈妈送给爸爸,朋友之间也会因为成为父亲而互赠礼物。今年父亲节,休闲鞋、T恤、休闲裤等主打休闲风格的男装占据成交额TOP3,设计师品牌和潮牌男装异军突起,成交额同比增幅最高。

这代年轻人开始在爸爸的贴身衣物上下手,冰丝裤、Polo衫、防晒衣等成为最受爸爸欢迎的“尽孝三宝”。在单价适中的同时,也更能让爸爸感受到贴心和关爱。“今年我给爸爸买了一些运动穿的冰丝短袖和短裤。他喜欢出去打羽毛球,穿这种比较凉快轻薄。”“00后”女孩小燕谈到给爸爸挑选衣服的购物心得,运动、降温、舒适是她挑选的“关键词”。

这些年,愈发注重产品功能性的男装品牌,在品质与细节上下了不少功夫,在设计中融入了时尚元素,让爸爸也能轻松驾驭潮流。成熟男性也不再满足于低调、内敛的着装风格,开始追求时尚个性,成为潮流担当。

“爸”气表白 解锁情感营销密码

父亲很少说爱,父亲的爱,藏在生活的点点滴滴里,藏在每一个阶段的成长中,人们往往用沉默、深邃、严厉的形象来勾勒父亲。因此,情感营销在父亲节永远不会出错。这无疑成为品牌的最佳选择,通过唤起消费者的情感体验,激发共鸣,从而提高品牌忠诚度和市场影响力。

海澜之家采访了100位中国父亲,以“中国父亲的100份快乐”为主题拍摄记录短片,记录了来自不同行业的100位中国父亲的深情。线上紧抓热点和流量,线下抢夺人流量最大的地铁站。今年父亲节,海澜之家最大化拓宽了覆盖人群,并以走心文案和具有烟火气的画面,如短片结尾文案“能参与你的人生,是我最大的快乐”,与消费者进行了一次深度的情感交流。

无独有偶,在七匹狼宣传视频“传承人生之旅”中,七匹狼通过时光列车的形式把父爱具象化,小时候自己是父亲眼中的风景,长大了父亲是自己眼中的风景……岁月积淀了亲情的厚度,也积淀了关于Polo衫的传承故事。由此引出,经典、简约、时髦、百搭的七匹狼男装,是父亲及自己的时尚选择。

对于七匹狼而言,父亲节是布局产品、借势营销、实现热卖的好机会。在七匹狼门店,记者看到,七匹狼推出了“以衣传情为父爱发声”主题活动,倡导消费者用“一起撞衫”来表达对父亲的爱,所有的男装产品均可享受满减促销活动。

七匹狼金井博物馆店长陈珊梅介绍,七匹狼正在做满减活动,买1000元减150元,以此类推。同时,针对父亲节,七匹狼还推出原价购买2件上衣,加199元可以换购699元的裤子一条的活动。她表示,“我们以男装为主,希望以衣传情,表达对父亲的爱。”

面对消费者心理和行为的转变,品牌也在探寻与用户深度链接的新机会点。

今年父亲节,劲霸男装通过三个短片,诠释“我爸,真有一套”同一主题。三个幽默风趣的短片,将父子设置在打高尔夫球场、钓鱼、哄生气的妈妈三个场景中,父亲总能轻松应对。事实上,种花有一套、游泳有一套、玩游戏有一套、修灯泡有一套……每一套都是对生活的认真体悟,每一套都见证了他一程又一程的经验与智慧。

短片中,父子总是穿着同款不同色的衣服登场,亦在印证“新一套,老一套,终究是同一套”,打出父子装概念。

三个短片皆具有精炼信息、赢得关注、获取信任、唤起情感这四项基本功能,而这恰恰是营销传播所追求的完整效果,故事化营销,即将品牌与父亲节的文化内涵相结合,通过故事运用于营销沟通的各个环节,提升品牌的知名度和美誉度。

面对消费者心理和行为的转变,品牌也在探寻与用户深度链接的新机会点。

今年父亲节,劲霸男装通过三个短片,诠释“我爸,真有一套”同一主题。三个幽默风趣的短片,将父子设置在打高尔夫球场、钓鱼、哄生气的妈妈三个场景中,父亲总能轻松应对。事实上,种花有一套、游泳有一套、玩游戏有一套、修灯泡有一套……每一套都是对生活的认真体悟,每一套都见证了他一程又一程的经验与智慧。

短片中,父子总是穿着同款不同色的衣服登场,亦在印证“新一套,老一套,终究是同一套”,打出父子装概念。

三个短片皆具有精炼信息、赢得关注、获取信任、唤起情感这四项基本功能,而这恰恰是营销传播所追求的完整效果,故事化营销,即将品牌与父亲节的文化内涵相结合,通过故事运用于营销沟通的各个环节,提升品牌的知名度和美誉度。

上市公司圈

七匹狼今年累计为子公司提供担保3.39亿元

本报讯(记者 施珊妹)近日,七匹狼发布为子公司提供担保的进展公告。七匹狼方面表示,七匹狼公司与兴业银行股份有限公司厦门分行、公司子公司晋江七匹狼服装制造有限公司与中国工商银行股份有限公司晋江分行分别签署了担保合同。

截至今年5月31日,七匹狼公司及控股子公司本年累计担保发生额为3.39亿元,占2023年度经审计合并报表净资产的5.27%;实际担保余额为2.54亿元,占2023年度经审计合并报表净资产的3.95%。七匹狼公司及控股子公司无逾期对外担保情况。

九牧王发布权益分派 每股派0.3元

本报讯(记者 施珊妹)近日,九牧王股份有限公司发布2023年年度权益分派实施公告,每股派发现金红利0.3元(含税),股权登记日为2024年6月5日,除权(息)日为2024年6月6日。

汇鑫小贷将于8月15日 派发末期股息

本报讯(记者 施珊妹)近日,汇鑫小贷发布公告称,公司将于今年8月15日派发分红每股0.05元,除净日为6月13日。汇鑫小贷2023财年年报显示,2023年营业总收入1.46亿元,净利润6481.49万元。

“饿了么”在晋江成立工会

本报讯(记者 曾小凤)近日,“饿了么”平台在晋江成立工会组织。晋江市总工会为“饿了么”生态合作商福建双十网络科技有限公司(以下简称“双十公司”)工会委员会授牌。

在外卖配送员集中入会仪式上,晋江市总工会还为外卖配送员代表发放了入会礼包。福建省财贸工会工委领导为外卖配送员赠送380份医疗互助和人身意外险。

据悉,“饿了么”平台是全国头部平台企业之一,双十公司作为“饿了么”平台在晋江市重要的城市代理商,共有800多名外卖配送员。双十公司工会的成立,是晋江市外卖配送

员权益保障的重要里程碑,也是晋江市新业态工会工作取得新进展、新成效的重要标志。

“近年来,外卖行业蓬勃发展,外卖配送员队伍不断壮大,已成为城市生活中不可或缺的一部分。但由于工作性质的特殊性,外卖配送员在劳动保障、工作安全等方面面临诸多挑战。”晋江市总工会相关负责人表示,双十公司工会的成立,有利于更好地组织、动员和团结广大外卖配送行业劳动者,发挥他们的积极性、主动性和创造性,为全市经济社会发展贡献智慧和力量。

当天,还举行了“福建双十FY25

安全万里行”活动启动仪式。据介绍,这一活动将从今年6月份延续到明年2月,活动采取线上线下相结合的方式,融合职业技能竞赛、线上线下主题学习及专业知识培训、线上直播、消防演练等形式,更好地为蓝骑士营造“关注安全、关爱生命”的安全文化氛围,增强蓝骑士的安全意识和自我守护能力。

“安全是企业发展的基石,是员工幸福的保障,更是对社会的一份责任担当。”双十公司董事长袁乐广表示,“安全万里行”活动的启动,将通过一系列具体而深入的行动,将安全意识根植于每一名员工心中,让安全行为成为他们的日常习惯。

上海晋江商会·晋箐荟走访企业

本报讯(记者 王云霏)近日,上海晋江商会·晋箐荟开展企业走访第三期活动,走进上海陆家嘴金融城,与商会企业上海君怀投资管理有限公司和上海泉胜投资有限公司的相关负责人进行深入交流。

上海晋江商会监事长许集体表示,商会要进一步加强中青年的交流互动,与时俱进,与晋箐荟的青年一代共同成长,积极学习新知识,共同推动商会和企业的发展。在他看来,此次交流学习

不仅加强了商会与会员企业之间的联系,也为企业之间的合作提供了更多的可能性。未来,晋箐荟将继续发挥桥梁纽带作用,为会员与企业提供更多交流和合作机会。

晋江留联开展 交流考察活动

本报讯(记者 王云霏)近日,晋江市留学人员联谊会(以下简称“晋江留联”)来到晋江市龙湖镇开展交流活动,意在进一步传承和弘扬闽南文化,感受侨乡文化魅力。

晋江留联一行首先来到龙湖镇福林村,参访了龙湖镇福林侨史馆、福林寺弘一法师纪念馆、端园华侨生活纪念馆及斗室山庄华侨文献馆,体验福林浓厚的侨文化底蕴。

随后,晋江留联一行来到旺里食品堂闽南古早味传承基地,体验制作闽南烧肉粽、卷粽叶、填粽馅、系棉线……在老师的现场讲解和指导下,大家亲手制作出一个个饱满诱人的粽子。

当天,晋江留联一行还走进施琅纪念馆,施氏家风家训馆,深入了解施琅将军的生平事迹,感受传统孝廉文化和优秀家风故事。



江苏省晋江商会大学生 联谊会召开换届筹备会

本报讯(记者 王云霏)近日,为进一步加强晋江市籍在苏大学生间的交流与合作,江苏省晋江商会大学生联谊会召开换届筹备会议,来自江苏省9所高校的大学生代表齐聚一堂,共商大学生联谊会未来发展计划。

江苏省晋江商会会长陈德善表示,商会大学生联谊会将是晋江市籍在苏学子间交流学习的平台,希望大家集思广益,把这个平台发展壮大。

江苏省晋江商会大学生联谊会会长许嫦娥总结了过去几年联谊会的工作情况,并分享了工作心得和不足之处。随后,与会的每一位大学生都分享了自己的工作、生活情况,以及对商会大学生联谊会的建议。

泉州跨协爱心企业助育高校学子

本报讯(记者 刘宁)日前,泉州市跨境电商协会(以下简称“泉州跨协”)爱心企业代表黎明职大、黎明职大与旅游学院签订助教、助学金捐赠协议。

在捐赠仪式上,福建泉州丰泽圣域贸易有限公司、泉州禾逸服饰有限公司、泉州禾逸电子

代表与学院签订助教、助学金捐赠协议,学院为企业代表颁发了捐赠荣誉证书。与此同时,黎明职大党委副书记、校长王锋还为泉州跨协授予牌匾,感谢协会情系职教事业,为学校人才培养工作做出了积极的贡献。

现场,王锋对企业关心学校办学事业和师生发展的捐赠行为表示衷

心感谢,并强调,学院应加大产教融合、校企合作力度,持续加强与协会沟通交流,与优质电商企业结对共建,积极探索合作新模式,共同推进教育事业发展,为行业企业的发展助力,全院师生应将这份爱心转化为工作和学习的动力,以实际行动回报社会和企业。

对此,黎明职大外语与旅游

学院院长郑志明回顾了学院与协会、校企合作力度,持续加强与协会沟通交流,与优质电商企业结对共建,积极探索合作新模式,共同推进教育事业发展,为行业企业的发展助力,全院师生应将这份爱心转化为工作和学习的动力,以实际行动回报社会和企业。

据悉,此次捐赠活动是泉州跨协会会员企业对黎明职大建校95周年暨高职办学40周年的爱心献礼,也是企

业履行社会责任、助力高职办学的生动实践。

泉州市跨境电商协会秘书长吴月芳表示,此次捐赠活动是校企深度合作的一举两得,泉州跨协会会员企业的慷慨捐赠行为令人倍感自豪,双方合作基础良好、成果丰硕,希望未来双方能碰撞出新的火花,探索新的合作方向,力争结出更多硕果。