

A

海南什么商品卖得好?

芦荟护肤品一天发货11万件,新鲜水果、天然粉粉榜上有名

11月11日晚,在海南东方一火龙果基地,工人正加紧分装当日采摘的火龙果。截至当天晚上9时,海南红心火龙果销量超过7.5万单;在南国食品天猫旗舰店,椰奶燕麦片、速溶椰子粉等单品均销售过万件;春光食品旗舰店的速溶椰子粉等产品也销售火爆……

阿里巴巴提供的数据显示,在这一次的“双11”中,农产品成为新的热销品类,在天猫全网成交额破70亿元,同比增长53%。作为农业大省,海南的新鲜水果、天然粉粉类商品是近年来天猫“双11”销售排名前五的“常客”。今年,乳液、面部护理套装首次跻身销售前列。

“从农场到脸庞”,这是海南一家“农业+化妆品”类企业的广告语。“今年‘双11’我们一天发了11万件包裹!精粹芦荟原胶是爆款,当天的销量是8万支,销售额是去年的一倍。”位于海口的海南植物护肤企业寻荟记负责人林翰告诉海南日报记者,企业在2015年注册,近半年来在天猫芦荟类护肤品销量排名前三。

林翰介绍,寻荟记的原材料取材于在海南种植的芦荟,企业目前在定安县、临高县等地种植了三四千亩的芦荟,经过对农产品深加工制作成的护肤品,很受年轻消费者的欢迎。林翰表示,做好农产品的深加工和供应链管理,才能够提高农产品的竞争力和价值,“我们就是利用海南的地理环境优势,种植适用于护肤品行业的优质芦荟。”林翰表示,企业目前正在尝试种植仙人掌和诺丽果,如果条件成熟,将开发相关产品。

和芦荟一样,鹧鸪茶本是海南普通的农产品,但经过深加工和品牌包装后,身价倍增。

“尚南堂‘双11’当天的成交量超75万元,虽然对2684亿元来说我们的销售额微不足道,但这是我们今年8月进驻天猫以来打的第一场大胜仗!”专注生产鹧鸪茶的尚南堂海南生态农业科技有限公司总裁郁志强表示,优质的精品农产品越来越受市场欢迎。

“今年‘双11’南国食品线上销量同比增长30%。”海南南国食品实业有限公司总经理徐国华表示,“双11”对商家来说,既是一场狂欢,也是企业产品自我检验的时刻,“南国的电商市场已经经营了8年,目前占南国整体市场份额的35%,相信未来两年线上市场将会进一步增长。”

企业卖了2.2亿元,居民买了15亿元

「双十一」海南买卖启示录

■本报记者 傅人意



加工和品牌包装后,身价倍增。
↑普通的鹧鸪茶经过深

“

2684亿元!11月11日24时,当位于深圳阿里中心的天猫全球狂欢节华南分会场数据大屏上跳出这个数字时,意味着今年天猫“双11”再次刷新纪录!数据显示,当天海南消费者“剁手”15亿元,企业销售额2.2亿元。其中,海口人民购买力最强,消费8.09亿元,三亚人民消费2.42亿元,儋州人民消费了0.69亿元。海南热卖商品前五位为乳液、条码扫描器材、新鲜水果、面部护理套装、天然粉粉(注:如椰子粉类)食品。

事实上,“双11”并不仅仅是一场数据的狂欢,其背后折射出的消费者偏好、品类品牌、营销手段等多维度的变化和启示,更值得关注。在海南建设国际旅游消费中心的过程中,如何促进消费,把海南的好产品“卖出去”,成为政企共同关注的一个重要课题。



B 什么人在买?

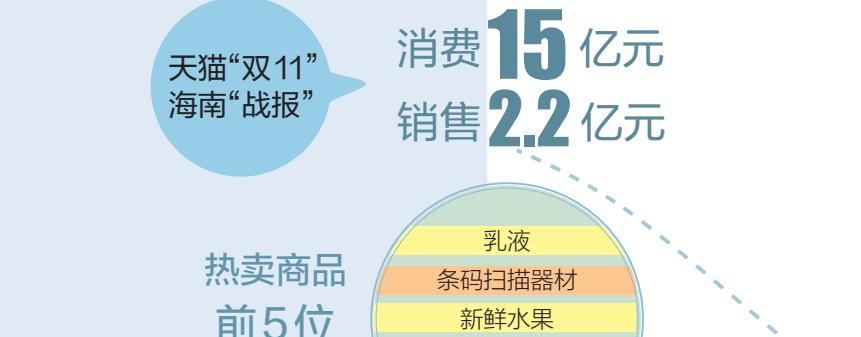
海南网购消费者“画像”年轻化,“90后”成主力军,“00后”进入统计视野

据阿里巴巴提供的海南区域成交数据显示,“90后”消费者占比41.7%、“80后”消费者占比30.5%、“70后”消费者占比13%、“00后”占比9.4%。

海南日报记者发现,这是近年来天猫在“双11”省区简报中首次将“00后”消费者纳入统计。

郁志强表示,年轻人的市场潜力巨大,目前针对年轻人的鹧鸪茶产品正在研制。

林翰则表示,芦荟产品主打年轻人群体,做电商创业品牌,在年轻人市场更容易



热卖商品
前5位

消费
15亿元
销售
2.2亿元

消费者
年龄分布

“90后”占比41.7%
“80后”占比30.5%
“70后”占比13%
“00后”占比9.4%

消费者的偏好
逐渐转向对‘美好生活’的需要,高品质的实物产品和服务产品,是未来消费的重心。

——海南大学经济与管理学院副院长刘家诚

D 未来买卖怎么做?
专家:发力旅游业和精品农业

其实,海南还有众多的中小企业,并未参与到这场“双11”的狂欢中。部分水果商坦言,企业销售规模小,品类分散,缺乏品牌意识,最大的掣肘还是物流不畅,怕“双11”堵车。

此外,一些企业仍然采用比较保守的营销方式,对利用淘宝直播、快手、抖音等进行营销的新方式,仍处在不理解和观望阶段。

阿里数字农业部相关负责人表示,未来将有1000个农业原产地与阿里巴巴合作,利用后者的大数据沉淀和科技指导,建设成数字农业基地,将农产品从原产地通过菜鸟物流直供消费者餐桌,同时,农产品均可溯源,确保农产品品质。

通过深加工提升农产品附加值、利用新方式营销、培育新的消费热点……“双11”之后,海南企业需要在产品和市场上有更多的耕耘和思考。

“消费者的偏好逐渐转向对‘美好生活’的需要,高品质的实物产品和服务产品,是未来消费的重心。”刘家诚认为,要抓住消费者,海南的产品应该往服务业方面发力,例如可推出一些酒店住房、景区门票、机票、康养服务等优惠活动;同时,热带精品农业也是一个补充的发力方向。刘家诚建议,海南农业企业、旅游企业要尽快整合资源形成品牌优势、规模优势,应该向热带精品农业、休闲农业方向发力。

今年10月,我省出台的《海南省促进消费若干意见(2019—2020年)》提出,2019年和2020年我省将重点推进17项措施促进消费稳步发展,涉及支持海南名特优产品拓展国内市场、大力开展网络促销活动、促进农村产品销售等方面。

刘家诚认为,在海南自贸区、自贸港建设背景下,海南农业和旅游企业面临新的机遇:面向世界发展更高层次的开放型经济,通过营商环境优化及制度设计,形成产业集聚优势。

“作为企业家,我们的关注点应该集中在如何让品类跟品牌结合,品牌跟商业结合。”郁志强说,通过快速打造农产品的品牌和产业基本面,优化自己的产业模式,创造投资价值,让农产品借助海南自贸区、自贸港建设的东风,乘势起飞。”

(本报海口11月12日讯)

C 产品怎么卖更火?
直播成商家“带货”新风口

“宝宝,吃了这个粉粉很健康营养,快点击3号链接下单吧!”11月11日晚上8时,在南国食品天猫旗舰店首页,一位美女主播正在向消费者推荐一款椰子粉。

“我们请来了淘宝网红主播李佳琦给我们带货,单品销售超过3万支芦荟胶!从11月10日开始,我们就有自己的主播在给天猫‘双11’预热。”林翰说。

直播带货为什么这么火?“跟明星、模特相比,主播的形象更像普通人,他们的推荐更有代入感。经常观看一位主播,有时候会觉得他已经成为了你的朋友,朋友推荐的东西,当然是好东西。”海口市民陈女士说。

据了解,淘宝直播在今年的“双11”实现爆发式增长,凌晨仅用63分钟,直播引导的成交额就超过去年“双11”全天;到早上8时55分,直播成交额已经破百亿元。

徐国华表示,直播不仅能给商家带货,也是品牌营销的一个好机会。目前与南国合作过的主播有1000多人,今年“双11”就有七八名主播同时在天猫、快手、抖音等新媒体平台进行直播。“主播带货的潜力巨大。在今年‘818椰子节’中,淘宝网红主播薇娅只用了一个小时的时间,就为南国创下了几百万元的销售业绩。”

林翰表示,直播是现在电商行业特别重要的一个风口,寻荟记也设立了品牌直播间,为顾客展示以及销售产品。直播作为一个新的销售方式,对于零售业带来很大改变,对于品牌来说是机会。

海南大学经济与管理学院副院长刘家诚认为,抖音、快手等新媒体应用在市场营销领域产生了越来越大的影响,海南企业不仅要紧跟时代潮流,更要努力创新,通过大数据精准营销,为海南建设国际旅游消费中心助力。



◀ 淘宝网红主播李佳琦正在向网友介绍海南企业的芦荟产品。

深读 融媒工作室

海报集团

总策划:曹健 蔡潇 陈成智

执行总监:许世立

主编:孙婧

版式设计:张昕

(本版图片均由采访对象提供)

↓网红主播们在直播间介绍来自海南的椰子产品。

