

一边赚“她”的钱,一边污名化“她”?

“她经济”潜力无限

商家低俗营销恐得不偿失

今年夏季大女主、女子力、乘风破浪的姐姐等女性话题热度颇高,在刚刚过去的双十一,商家迎合“她经济”进行“她营销”,女性消费者释放惊人的购买力,各类生活快消品销量刷新。自2007年经济学家史清琪提出“女性经济”“她经济”概念,并成为教育部认可的汉语新词后,女性消费市场就备受重视,为品牌带来更多机会。

然而,一些品牌一边赚着女性的钱,一边却在营销中污名化女性,如最近大润发女装尺码表显示仅限18~35岁,S码为瘦、XXL码为稀巴烂,引起女性消费者的强烈不满。这些品牌如此营销,不管是出于无知,还是故意博眼球,都可能搬石头最终砸了自己的脚。

■新快报记者 陈思陶

女性成主力

“她”将主导消费市场变化

2017年底,中国内地女性经济市场规模近2.5万亿元,艾媒咨询预测,今年这一市场规模将达到4.8万亿元。

对于消费领域的“她力量”显现,艾媒咨询分析师认为,中国女性受教育水平显著提升、就业情况改善以及女性自我独立意识觉醒,共同推动了女性消费的升级,女性逐渐成为新时期的消费主力军,孕育出市场规模万亿级的“她经济”。

“女性消费注重自身情感的愉悦和满足,也更愿意尝试新品牌、新产品,决策门槛较低,也给品牌创造新机遇。”艾媒咨询分析师举例说明,正处于市场上升期的元气森林品牌定位“无糖专门家”,把握女性对无糖、零卡及体重管理的需求,产品尤其受女性欢迎;所有包装设计和产品定位也都是女性向而非全性别向,加上社交平台的传播,容易成为爆款。2020年5月,元气森林销售业绩达2.60亿元,已超出2018年全年销售总和,日均销售440万元,预计2020年销售额破20亿元。

艾媒咨询分析师同时指出,女性自主独立意识的觉醒也提高了女性对身份归属感的需要,当代女性更加追求美与时尚,愈发重视女性健康,这在未来将主导、驱动消费市场的趋势变化。

产品分性别

女性“专享”量少价高

女性消费者的需求和偏好影响着食品饮料产品成分以及形态的创新。但在营销方面,主要为女性服务的产品或与同款男性产品有差异,甚至污名化女性,将“她经济”与消费女性性别混为一谈。

顶诺牛排在其网店售卖“爸爸排”“妈妈排”两种调制牛排,前者190g售价12.8元,后者170g售价12.8元,相同价格但克重不同。顶诺牛排回应,“爸爸排”使用西冷牛排,“妈妈排”使用眼肉牛排,后者价格通常是前者的1.2~1.5倍。但牛排可按照规格、部位区分价格,何须以性别分类?无独有偶,百草味曾在旗舰店推出“女生版”和“男生版”零食礼包,各含8款零食。其中女生款礼包主要包含夏威夷果、芒果干、山楂卷、红糖麻花、玉米浪、薯条、山药片、黄桃罐头等零食,男生款则包含白芝麻猪肉脯、麻辣牛肉、鸭脖、牛板筋、大面筋、豆干、薯条、开味乳等零食,男女版产品规格不相等,但售价均为119.7元。两相对比,女生版产品不含肉制品,男生版更多肉制品、规格更重、性价比更高。目前,这款宣称“性别都不一样,零食当然也要不同”的产品已下架。

除了性价比上男女有别,部分品牌广告更涉嫌消费女性。如绝味鸭脖曾在双十一期间推出海报,显示女生穿着红色短裤,双脚戴着锁链,配文

“鲜嫩多汁,想要吗”“抵不住的诱惑”等低俗字眼。喜茶也曾与杜蕾斯互动,配文“今夜一滴都不许剩”“你唇上始终有我的芝士”等性暗示内容。虽然此类消费女性性别的推广或撤下,或被监管部门处以罚款,但其对女性消费者及品牌粉丝的“精神伤害”却很难一笔勾销。

饮料叫“植男”

男性也难逃性别消费

实际上,男性同样会被性别消费。记者注意到,有公司推出了一款名为“植男”的益生菌果汁,宣称“植男不渣”“话题感自带流量”。

对诸如此类食品饮料消费中的性别定位,有25岁男性互联网从业者也感觉感到了限制,“我喜欢喝奶茶,也想在奶茶店坐坐,但奶茶的配料和店铺的设计都在顺着女生,讨好女生,感觉忽略了我们。”25岁女性在读研究生则表示,“当下会被恶心到,从品牌主管到设计师就没有一个女员工吗?互联网没有记忆,我们也不妨敏感,有替代品就不会再消费该品牌。”一位28岁的男性互联网行业受访者则认为,“这是营销策略而已,只要不犯法就行,女生不喜欢可以不买。”

当下她经济的存在感越来越强,各品牌不断推出女性向产品的趋势下,品牌也不能简单粗暴地用“男人”和“女人”来划分产品、消费性别,这将引起女性消费者的反感,也是对自身品牌的损害。

越秀集团购得辉山乳业

新快报讯 越秀集团击败新希望拿下辉山乳业资产。11月11日上午,越秀集团重组辉山乳业启动大会在沈阳召开,资产重组方案获得辉山乳业多数债权人投票表决通过,经沈阳市中级人民法院裁定正式生效。

据越秀集团披露,旗下越秀风行食品集团计划以20亿元现金出资持有新公司67%股权(20亿元注册资本),转股债权人以债权作价9.85亿元出资持有新公司33%股权。新公司持有辉山乳业(中国)有限公司和辉山沈阳100%股权,间接持有辉山乳业集团系列企业其他公司100%股权。同时,将择机对新公司与广州风行乳业股份有限公司进行整合并谋划A股上市。此外,越秀风行食品集团将提供不超过10亿元的共益债务借款用于清偿本重整计划草案规定的各类债务、改善生产经营或补充现金流。

在越秀之前,报道显示伊利、蒙牛、菲仕兰、中粮集团等有意接手辉山,但中途退出;越秀拿下辉山乳业,高负债对于其经营提出了挑战。

截至今年9月20日,辉山乳业集团系列企业的债权审查结果显示,已申报确认的债权金额为296.8亿元,有财产担保债权为63.1亿元,普通债权为233.2亿元,其中经营类普通债权为34.9亿元,金融类普通债权为198.3亿元。

(陈思陶)

天喔国际取消香港上市地位

新快报讯 11月13日,香港联交所宣布,自当日上午9时起,天喔国际上市地位将取消。对此,天喔国际发布公告称,公司已决定对上市复核委员会的决定寻求申请司法复核,准备申请及预期于2020年11月20日之前提交申请。

同日,湖北省市场监督管理局发布通告显示,上海天喔食品生产有限公司生产的“天喔Q猪原味猪肉脯”菌落总数项目不合格。2019年,其早早早即食燕麦片(经典原味)被检出霉菌不符合食品安全国家标准规定。曾推出过爆品蜂蜜柚子茶的天喔国际面临多次食品安全问题及退市的双重考验。

(陈思陶)

贝因美与其控股子公司 宁波妈妈购被列为被执行人

新快报讯 中国执行信息公开网显示,贝因美集团有限公司与其控股子公司宁波妈妈购网络科技有限公司于11月12日被杭州市下城区人民法院列为被执行人,执行标的138.8523万元。此外,宁波妈妈购还被杭州市滨江区人民法院列为被执行人,有19.5978万元的执行义务。

据天眼查显示,此事由杭州易才人力资源管理有限公司与贝因美集团有限公司、宁波妈妈购网络科技有限公司相关服务合同纠纷所致。该案在10月28日发布一审民事调解书,但调解书内容显示暂不公开。

(陈思陶)

■廖木兴/制图

