

这边厢，花西子刚为了79元眉笔发布致歉声明；那边厢，“79元套餐”成了国货品牌们的流量密码。近日，蜂花、莲花、郁美净、鸿星尔克等国货品牌纷纷在直播间推出79元的产品套餐，并称“79元可以买5斤羊”，而这波国货的狂欢，也被网友调侃为收获“泼天的富贵”。不过值得注意的是，国货品牌一夜爆红的场景并不陌生，但热潮往往持续不久便消散。分析指出，“79元套餐”卖断货，是国货品牌适应新营销环境和新消费群体的新突破，而流量狂欢后如何变长红，仍然是众多国货品牌要思考的问题。

# “79元套餐”接获“泼天的富贵” 国货品牌流量狂欢后 如何长红

羊城晚报记者 汪海晏



国货品牌从翻红到长红，路阻且长 图/CFP

## 壹 79元套餐花式“整活”迎流量销量翻倍

9月11日晚，在蜂花的抖音直播间里，主播连夜上架了3款售价为79元的洗护套装，并称“79元可以买5斤羊”，这三款套装均包括2瓶1L护发素和1瓶750ML洗发水。

飞瓜数据统计，9月11日晚，蜂花抖音直播涨粉16.3万人，销售额超2500万元，销量也超过了50万单。

在“蜂花效应”下，不少国货品牌也纷纷加入了这场大戏。

9月13日晚，蜂花和运动服饰品牌鸿星尔克来了一场梦幻联动，“鸿星尔克主播用蜂花洗头”一度登上热搜。而除了有蜂花品牌之外，鸿星尔克的直播间内还有卫龙辣条、老干妈、涪陵榨菜、大白兔、娃哈哈以及汇源果汁等知名国货品牌。这波操作下，鸿星尔克直播间的流量和销量也迎来翻倍式增长。

达多多平台数据显示，9月13日，鸿星尔克官方旗舰店抖音直播观看人次

597.6万，销售额近500万元。而在此之前，该直播间销售长期维持在50万元左右。

9月14日，国产儿童霜品牌“郁美净”连夜“通网”，在微博官宣全面入驻各大平台。当晚，郁美净董事长史滨现身郁美净首次直播，跳舞感谢观众。蝉妈妈数据显示，截至9月14日24时，郁美净在直播10小时后，销售额为100万元至250万元。截至9月21日，郁美净抖音官方旗舰店的粉丝已涨至145.1万人。

更值得关注的是，国货品牌不仅在本次突击中“杀”出重围，更是掀起了跨界合作的热潮。不少品牌在自家直播间里花式“整活”互相推荐对方产品，鸿星尔克主播在用蜂花洗头，弹幕里网友正“摇人”去活力28直播间，而蜂花的台子上则摆满了白玉牙膏、白象方便面等，给消费者带来新的惊喜和体验。

## 贰 物美价廉且附赠情绪价值

记者留意到，这一次趋势坐上风口的国货品牌，大多主打的都是便宜实惠、物美价廉的性价比路线。

虽然有日化业内人士批评，产品论斤卖对化妆品行业并非好事，甚至有人表示：“这是行业的倒退，也是行业的耻辱。”但并不妨碍粉丝们涌向各个国货品牌的直播间，大多数消费者表示，79元的套餐物美价廉还附赠情绪价值，“泼天富贵”总算轮到老国货。

一派热闹氛围中，80后刘女士也被吸引，在直播间内逗留，“我来看看有什么能买。”刘女士称，她一直都是蜂花的忠实用户，此次国货品牌直播得热闹，价格又便宜，实在忍不住想捧个场。当被问及，跟风下单是否担心“踩雷”？李

女士表示：“蜂花是我们这代人的回忆，这么多年的老品牌，我相信它会坚持品质、不忘初心。”

95后小林（化名）则在鸿星尔克直播间驻足良久，并下单了两双79元的鞋子。“有主播拿鞋涂上蜂花洗头，很有意思，我觉得像是在看一档搞笑的综艺节目。”小林笑着说道，“品牌方这么有创意，我必须支持。”

这波营销和跨界联动下，一些国货品牌一夜爆红成为“国货之光”。不过，在热度过后，9月21日上午，记者在浏览各个国货直播间时发现，各直播间的人气已经回归平淡。下午1时，抖音蜂花直播间在线观看人数约2000人，而鸿星尔克直播间仅有700人左右。与前几日直播间数万人观看的盛况相比，黯然失色。

## 叁 热度能否持续还靠质量和口碑

事实上，对于某些国货品牌来说，一夜爆红的场景并不陌生，但热潮往往持续不久便退去。

记者梳理发现，2021年7月，鸿星尔克在连年亏损的情况下，宣布向河南灾区捐赠5000万元物资。一时之间，鸿星尔克的“破产式捐款”冲上热搜，网友纷纷涌入其直播间购物，导致从鞋子到服装全网断货。但在鸿星尔克爆红两个月后，掉粉情况开始显现。飞瓜数据显示，从2021年10月4日至2021年10月31日，在不到30天的时间里，鸿星尔克品牌官方抖音直播间几乎每天掉粉一万。

无独有偶，2021年“双十一”期间，“蜂花疑似倒闭”相关词条冲上微博热搜，引发了网友对这一老牌国货洗护品牌的支持，抱着“拯救”国货品牌的情怀，消费者出现一波“野性消费”。飞瓜数据显示，蜂花官方抖音账号2021年11月的销售额为1597.6万元，其

中有1499万元是在热搜事件期间内完成的。而关于疑似倒闭的传闻，蜂花在官方微博回应表示，公司一直在健康发展，不会倒闭。但热搜之后，品牌的关注度和销量又回归平静。

显然，国货品牌从翻红做到长红，路阻且长。艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅对记者表示，“79元套餐”卖断货，是国货品牌适应新的营销环境和新消费群体所作出的新突破。很多品牌由此涨价，找到了销售破圈的机会。但客观来说，这波流量会很快回归平静。

那么，国货品牌如何从翻红到长红呢？

在张毅看来，首先要从思想上转变，现如今，直播已经成为一个新的主流趋势和方向，国货品牌应顺势而为，积极面对；其次，要坚持产品创新，从品质、包装、调性方面

都要创新，找到符合市场主流需求的切入点；最后，还要做到专业。国货过去主要是通过门店、经销商等传统的渠道来销售，目前随着新兴销售渠道的崛起，对粉丝的维护、圈养以及互动，都需要专业人才来做。

评论员解筱文也表示，品牌的热度能否持续取决于产品的质量和口碑。如果产品质量得到消费者的认可并获得好评，这种热销状况可能持续较长时间。然而，如果产品质量无法满足消费者的期待，热度可能会很快消退。

他认为，总体来说，国货“79元套餐”热销反映了消费者对其实惠性价比产品的需求和国货品牌的认可度提高。但是，品牌和企业也应该在追求市场热销的同时，注重产品质量和口碑的提升，以确保长久的市场竞争力。

## 买到假货难维权 有理难过“鉴定”关

羊城晚报记者 吴珊

近日，国家质量强国建设协调推进领导小组办公室、市场监管总局联合组织开展2023年侵权假冒伪劣商品全国统一销毁行动，震慑了制假售假行为。不过，在高额利润诱惑下，产品造假现象屡见不鲜。记者走访发现，遇到疑似“假货”，消费者常常面临维权困境。其中，“鉴定难”是一道坎儿，即使自费出钱也难找到符合要求的鉴定门路。

### 统一销毁行动

据了解，从2019年起，市场监管总局等相关部门多次组织开展侵权假冒伪劣商品全国统一销毁行动。今年的统一销毁行动主会场设在广东省惠州市，是2023年中国公平竞争政策宣传周系列活动之一。

除主会场外，本次行动还在北京、天津、河北、山西、吉林、上

海、江苏、浙江、广西等21个省（自治区、直辖市）设有分会场，主、分会场进行同步销毁。据统计，此次行动全国共销毁侵权假冒伪劣防疫物资、食品药品、服装鞋帽、烟酒、化妆品和盗版出版物等200多个品种、重量4734.2吨、货值达8.3亿元。销毁采取绿色环保、无害化方式进行。

### 建议诉讼维权

在监管部门打击侵权假冒违法行为的高压态势下，仍有不法分子为了高额利润铤而走险。据北京商报报道，以假冒大牌化妆品为例，不法分子采用复刻原料与正品空瓶结合，让市面上的大牌护肤品的仿制品真假难辨。而声称还原度达到99%的复刻版原料在批发平台被以每公斤百元出售，平均售价仅为正品的1%，商家违规获利可超95%。

在网络维权平台“黑猫投诉”上，以“假货”为关键词可搜到18万多条投诉。在这些投诉中，不少用户反映维权困难，其中“鉴定”环节成为他们维权路上的最大障碍。有用户称，通过某二手平台购买了一款大牌防晒霜，拿到手后感觉疑似“假货”，“是那种一眼假的产品”，这名用户说，她通过一款化妆品鉴定APP进行了线上鉴定，显示为

“非正品”。但是这家二手平台并不认可该鉴定结果，要求她到该平台合作的“验货宝”或者所购品牌化妆品的官网进行鉴定。结果，验货宝方面表示，不支持低于300元商品的鉴定，而官网不支持非官方渠道购买的商品鉴定。据了解，这名用户所购商品为100元。最终，这家二手平台以无法提供正规、有资质的鉴定报告为由，拒绝了这名用户的维权请求。

梳理发现，这些“假货”投诉中，大牌化妆品、服装投诉量较大。记者以消费者身份分别与一家大牌化妆品公司和一家运动品牌公司客服进行了交流。记者表示，希望两家公司能够帮助消费者鉴定所购商品的真伪。该大牌化妆品公司回复，在非授权销售渠道购买的产品，作为客服不在此里作出回答。即使记者表示愿意出

一定的鉴定费，对方也表示无能为力。另外这家运动品牌公司也表示，该公司没有相关鉴定机构，无法满足鉴定需求。

据了解，不少消费者买到的疑似“假货”，主要来自海外代购、微商、直播带货等渠道。广州市白云区法院民三庭庭长魏晶提醒，消费者千万不要贪小便宜，不要相信所谓的“尾单”“外贸品”，购买商品应该通过正规渠道。在他看来，对方是否能够提供正规发票，对于消费者辨别真假很重要。

中国消费者协会消费监督部主任张德志认为，商品鉴定难确实存在，阻拦了不少消费者的维权之路。他建议先由社会化平台鉴定摸底确定，再进行后续诉讼维权。

## 景顺长城江虹： 理解周期是养老基金投资的第一步

近日，景顺长城养老与资产配置部基金经理江虹表示，需要从周期定位、投资风格选择和行业配置、基金筛选等维度构建组合，同时将风险控制作为重要考

量，严控回撤，以提升投资者的盈利体验。基金半年报数据显示，由江虹参与管理的景顺长城养老目标日期2035三年持有混合，2023上半年收益率为2.97%。在

管理养老目标基金过程中，江虹认为深入理解周期是第一步，而理解周期需要从多个视角看待整个市场。

(杨广)

## 菜市场大变样 广东持续推进农贸市场提档升级

水街市场焕新颜

文/图 羊城晚报记者 吴珊  
通讯员 粤市监



改造后的水街农贸市场

走进江门市蓬江区的水街农贸市场，映入眼帘的是干净整洁的通道，照明灯、排水口等设施一应俱全。市场内的摊位按照粮油干货区、鲜活水产区、蔬菜区等进行了明确划分，琳琅满目的菜品整齐地码放在摊位上。在市场中心部位摆放着公平秤，上方悬挂着的电视屏幕正在不断播报着市场的最新动态。

很难想象，就在几年前这里还是一个臭气熏天、污水横流、遍地“走鬼”的地方。市场管理方负责人吕权告诉羊城晚报记者，“水街”很有名，一下雨就水浸街，农贸市场更是让人无法下脚。而菜市场流出的臭水、散发的臭味，早已让周边居民心生厌恶。

在政府指导下，2021年，面积4000多平方米的水街农贸市场投入了700多万元进行升级改造。“改造后，菜市场有了专用排水沟，安装了排气扇，增加了洗地次数。你可以感受到，现在的市场已经完全变了样。”吕权说，升级改造后，水街农贸市场更受街坊欢迎，客流量也从每天的一两万人增加到现在的三五

万人。“生意不错，我在这里租了三个摊位。”蔬菜档经营者许阿姨说，一个月的租金2000多元，比改造后略微有所上涨。“涨幅可以接受，改造后环境好了，来买菜的人更多了。”正在买水果的老伯说，以前这里很多“走鬼”，经常出现缺斤短两的情况，现在都是固定摊位，明码标价。如果买完存钱，还可以去公平秤上称一称。

记者留意到，改造后的水街农贸市场除了硬件方面有显著提升外，软件方面也可圈可点。据介绍，为了保障食品安全，市场每天会进行蔬菜农残检测。吕权告诉记者，为了督促摊主诚信经营，他们还制定了一个规则：如果一个月内没有出现违规，将从租金里返还100元。正在买菜的白领小张说，越来越多的年轻人喜欢网购和去大超市买菜，“主要是受不了农贸市场的臭味，即使知道这里的菜更便宜更新鲜。”小张说，现在她愿来水街市场买菜，因为环境不同了，就连菜市场的洗手间也提档升级了，来这里更像“逛街”。

### 广东各地频出招

20日，记者从“全省市场监管部门农贸市场提升行动现场推进会”现场了解到，类似水街农贸市场的案例全省还有很多。截至去年底，“全省农贸市场综合治理三年行动”共完成1883家农贸市场改造。今年，全省已有1489家农贸市场参与提升行动，参与率超过计划目标48.9%。

为了推进农贸市场提档升级，广东各地市场监管部门也在不断创新工作模式。据了解，佛山近年陆续出台了《农贸市场升级改造建设规范》《农贸市场星级评定规范》等方案精准指引，提供超5亿元奖补资金，并创新出台全省首份设计导则，打造有“乡土情”“佛山味”的农贸市场。

广州方面，各区结合实际，制定落实区财政的奖补政策。例如，增城区给予20%—60%的政府奖励补助，南沙区投入1500万元财政资金支持。同时，按照“财政资金撬动社会资本投入”



截至去年底，“全省农贸市场综合治理三年行动”共完成1883家农贸市场改造