



紧跟新潮流
扫码看老字号

A10

经济

三湘都市报

2019年7月6日 星期六

编辑/曾梓民 图编/言琼 美编/刘湘 校对/张郁文

“国潮”风起，老品牌流行跨界合作

大白兔香水、凤凰单车T恤、英雄调制鸡尾酒纷纷上线

“味道和大白兔奶糖一模一样，喷上去简直变身一颗行走的奶糖。”7月5日，长沙市民王小姐在朋友圈晒出了一瓶大白兔味道的香水，引来朋友们的好奇询问和点赞。

今年以来，经典国货品牌们纷纷开始将特色元素与时尚潮流设计结合，推出创新的潮流商品。而这股由经典老国货品牌助推的联名时尚，被市场冠以“国潮”之名。

三湘都市报记者走访市场发现，虽然“国潮”概念很火，但大部分品牌的“国潮”概念联名商品多只在网店销售，实体专柜则难觅踪迹。业内人士任曦认为，多数品牌涉及“国潮”概念是为了“凑热闹”，提升品牌在年轻市场的影响力，而真正的批量生产、长期销售依然面临更多困难。

■记者 朱蓉 实习生 彭格欣

现象

“国潮”正流行，多品牌相继推出概念商品

7月5日，在香氛品牌气味图书馆的官方旗舰店上，三湘都市报记者看到，除了王小姐晒出的“大白兔香水”，该店内还有大白兔沐浴露、身体乳、护手霜等各种联名商品在售。从该店内销量榜可以看到，售价65元的大白兔沐浴乳虽上市时间较晚，但已位列该品牌商品销量榜的第7位，累积销量达近7万份。“儿时的回忆，大白兔系列！”买家淘宝ID红XD在商品评价中如是写到。

在“国潮”圈里，这种跨界联

名单品的推出已不鲜见。除了大白兔外，还有六神与预调鸡尾酒品牌rio推出的花露水味rio，凤凰单车与服装品牌太平鸟共同推出的联名T恤，旺旺雪饼联合自然堂推出的联名粉饼……

据三湘都市报记者了解，“国潮”风开始盛行，与国货运动品牌李宁在2018年将其中国风特色系列新品“悟道”带到纽约时装周秀场不无关系。而如今，该品牌也开始改造门店，将更多的“国潮”元素融合进线下实体店中。

走访

询问量虽大，但长沙专柜在售不多

那么，长沙是否能够买到这些“国潮”概念商品？

7月5日，记者在乐町国金街店询问网上正热的大白兔奶糖联名T恤系列时，店员就直言，该系列在五月发布，但上市时间还不确定。而李宁国金店正在销售的商品多数为上季时装周旧款，依然不见已发布多时的新品身影。对此，店员解释，今年时装周的新品还未上架，正在生产中。不过，记者事后在该品牌官方旗舰店上浏览却发现，2019时装周的少数产品已在发售，只是未同步至线下门店。

虽然前去咨询的消费者不少，但这些推出了“国潮”商品

在品牌们的线下渠道却鲜有发售，部分商品即使在线上，也采取了限量销售的方式进行。比如，六神与锐澳联名推出的花露水味锐澳酒，一经上线发售便快速脱销，实体卖场更是难寻踪迹。而记者在二手平台上发现，原价不过几十元的商品售价已高达一套200元。

对于品牌的此类营销方式，消费者也是褒贬不一。湖南工商大学市场营销系大二学生唐同学表示，“限量是一种销售方式，如果铺货大了，反而没有那么吸引人。”而随机采访中，更多的消费者则认为，这种类似于“饥饿营销”的销售方式让人“求而不得”，反而会有点反感。

瓶颈

“老字号”如何与“新潮流”相融合

随着时间的推移，不少过去大名鼎鼎的国货品牌开始淡出年轻消费者的视线，而这也意味着，未来可拓展的市场空间会越来越有限。而这些已经“红”了数十年的品牌，如何应对当下市场的变化，尝试“国潮”风格的变化，似乎成为了大家英雄所见略同的选择之一。

不过，这些“老字号”如何在“新潮流”中寻找市场平衡点，却似乎仍有待探索。设计师汤女士在接受三湘都市报记者采访时表示，“国潮”并不是简单的中国元素堆砌而成的设计，不是贴很

多汉字标语就是国潮。她认为，现在仅有少数品牌在“国潮”的设计上做出自己的水平。

“现在有些‘国潮’产品是企业为了挣钱在蹭热点，电商销售平台上更是抄袭成风，甚至有些大牌都有抄袭痕迹。”汤女士直言，“国潮”已成为商家营销的噱头，强拉概念的不在少数，而质量上来说，目前很多国潮产品针对的都是年轻人，考虑到年轻人的购买力不高也就决定了定价不会太高，“而设计的成本也被打压，因此很难保证一个好的质量。”



7月5日，2019“晒有慈利”千人百车自驾消费扶贫红色之旅在张家界市慈利县开幕。

记者 王珏 顾荣 摄

探大地缝 访红军树 品富硒特产 千人百车聚慈利 体验扶贫红色之旅

本报7月5日讯 今天，2019“晒有慈利”千人百车自驾消费扶贫红色之旅在慈利县万福温泉酒店开幕。来自湖南、湖北、重庆、江西、贵州等地的近千名游客，组成7个车队自驾前往慈利，共同探秘红色之旅，助力精准扶贫。

本次活动由慈利县委宣传部、华声在线股份有限公司指导，慈利县众创空间、慈利县文化旅游广电体育局、慈利县扶贫办、慈利县农业农村局、慈利县商务局、共青团慈利县委联合主办，张家界晒有慈利众创协会、湖南日报新媒体发展有限公司承办。

慈利县人民政府副调研员赵再军，华声在线股份有限公司副总裁、湖南日报新媒体发展有限公司总经理熊佳斌参加开幕式并致辞。开幕式上，慈利当地艺术家给游客们带来了精彩的文艺表演，慈利县委副书记朱超雄等领导为车队举行了授旗仪式并宣布活动开幕。

本次活动为期3天，千人百车团队将自驾前往朝阳地缝、樟树村红军树、溪口镇古韵溪、红岩岭、三官寺、禾田山居等地，体验慈利这条红色扶贫自驾路线，并购买“晒有慈利”系列优质农特产品，助力精准扶贫。

慈利县素有“金慈银澧”、“湘西门户”、“张家界东大门”之称，近年来，慈利县全力打造了“富硒农产+特色美食+魅力景点+浓郁风情”的一站式“晒有慈利”公用品牌，着力推动富硒农业产业和特色乡村旅游业的发展，创造了大量就业岗位，带动了贫困人口脱贫致富。

■记者 郭辉 通讯员 陈丽丹

带动886户贫困户养殖乌鸡和土猪 “夫妻店”助推村民脱贫



7月3日早上6点，龙武与妻子彭芝赶到场里喂鸡。1万多只乌鸡听到开门声，扇动羽翼欢叫着奔向这对夫妻。刹那间，鸡鸣犬吠响彻武夷山深处。

在古丈县断龙山镇白溪关村，盛传着龙武夫妻俩带动村民搞养殖脱贫的故事。

下岗夫妻艰苦创业

54岁的龙武与妻子同龄，1997年12月底，夫妻双双从县治化厂下岗。

那时候，两个孩子在读小学，父母年事已高，龙武买了一台三轮车在县城拉客，以此维持全家生计。龙武跑晚上，妻子彭芝跑白天，一年365天没有休息日。

2004年，古丈县整治交通，全面取缔三轮车载客。夫妻俩一狠心用开三轮车积攒的13万元买了一台出租车。夫妻俩白天黑夜轮流拉客，这一干又是11年，终于过上了好日子。

办公司带领村民脱贫

2016年春节，龙武带着老婆、孩子从县城回老家过年，这也是全家人10多年来第一次回乡下过年。龙武发现，家乡断龙山镇白溪关村的父老乡亲依然那么贫困，便萌生了在家乡投资带领村民脱贫的想法。

新年一过，夫妻俩卖掉了

出租车，把多年积攒的35万元全部用来投资养鸡、养猪。2017年7月，夫妻俩注册成立了古丈县瑞龙农业发展有限公司，经过3年的打拼，至2018年年底，夫妻俩不仅收回投资本金，净赚70万元。

2018年下半年，龙武夫妇将孵化的小鸡无偿送给贫困户饲养，根据每户劳动力，最低的送20只，最多的送500只，当年无偿送鸡仔3650只；送猪仔300头。除了免费培训外，村民卖不出去的鸡和猪，龙武还保底收购。

光大助力打造脱贫产业

龙武夫妻的创业精神和善心打动了光大集团的老总。光大集团决定投资300万元，夫妻俩的小公司打造成脱贫产业，带领乡亲们脱贫。

在光大集团的扶持下，如今，龙武夫妻的养殖场有了4台孵化机，并建起集宰杀、脱毛、加工、冷藏于一体的现代化厂房。

龙武夫妻的干劲更足了，截至目前，这对夫妻共带动886户贫困户养殖乌鸡和土猪，其中136户精准户575人已脱贫。古丈县扶贫办主任李俊高度评价：“这对‘夫妻店’开得好！”

■记者 黄海文 通讯员 段慧平 彭姣 龙治宇