

目 录

1 店铺介绍	1
1.1 店铺简介	1
1.2 店铺产品介绍	2
2 店铺年货节活动背景	4
2.1 零食行业分析	4
2.1.1 目标消费人群	4
2.1.2 行业现状与趋势	5
2.2 竞争对手分析	5
2.3 店铺运营分析	6
2.4 节日活动背景	7
3 活动方案	7
3.1 推广活动	8
3.1.1 站内推广	8
3.1.2 站外推广	9
3.2 年货节预热活动	10
3.2.1 活动时间	10
3.2.2 活动目的	10
3.2.3 活动内容	10
3.3 年货节当日促销活动	11
3.3.1 活动时间	11
3.3.2 活动目的	11
3.3.3 活动内容	11
3.4 年货节返场活动	15
3.4.1 活动时间	15
3.4.2 活动目的	15
3.4.3 活动内容	15
4 活动注意事项	16

4.1 物流安排	16
4.2 客服安排	16
4.3 后勤安排	17
4.4 库存安排	17
5 活动预算	17
6 活动预期效果	18
7 小结	18
参考资料	19

盐津铺子食品天猫旗舰店 2025 年“年货节” 活动方案

1 店铺介绍

1.1 店铺简介

盐津铺子是一家从事食品研发、生产、销售于一体的集团公司。2017 年 2 月 8 日，被媒体誉为“休闲零食自主制造第一股”，是湖南人自己的零食品牌。成立于 2005 年，公司遵循“绿色、健康、美味”的产品理念，创建了产学研深度融合的技术创新体系和“实验室+工厂”的研发机制。

盐津铺子食品天猫旗舰店是五星店铺、天猫 10 年老店，综合体验已达到 5 星标准。是由品牌官方企业运营或授权的官网旗舰店。专业做休闲零食，每年热销 100 亿包，店铺粉丝已有 103 万，店铺宝贝数共计 291 件，店铺淘宝网站为 <https://yanjinpuzishipin.m.tmall.com/>。店铺 DSR 评分服务与物流同为 4.8，描述评分为 4.7，店铺 PC 端首页图如图 1 所示，店铺移动端首页图如图 2 所示，店铺 DSR 评分如图 3 所示。



图 1 盐津铺子食品天猫旗舰店首页图 PC 版（图片来源于淘宝）



图 2 盐津铺子食品天猫旗舰店首页图移动版（图片来源于淘宝）



图 3 盐津铺子食品天猫旗舰店 DRS 评分图（图片来源于淘宝）

描述、服务、物流与同行业相比较，描述相符、服务态度与同行业持平，物流服务低于同行业 0.7%。

1.2 店铺产品介绍

盐津铺子食品旗舰店主打各类休闲零食，遵循绿色、健康、美味的产品理念拥有丰富的产品线结构，使用健康的产品配方和工艺使产品口感更加出众。

产品类目丰富主要包括了：无肉不欢、烘焙糕点、劲爽辣卤、甜蜜糖巧、礼包礼盒、饼干膨化、蜜饯坚果、轻食健康类，单价区间为 1-70 元，零食种类繁多，店铺产品类目分类如图 4 所示。

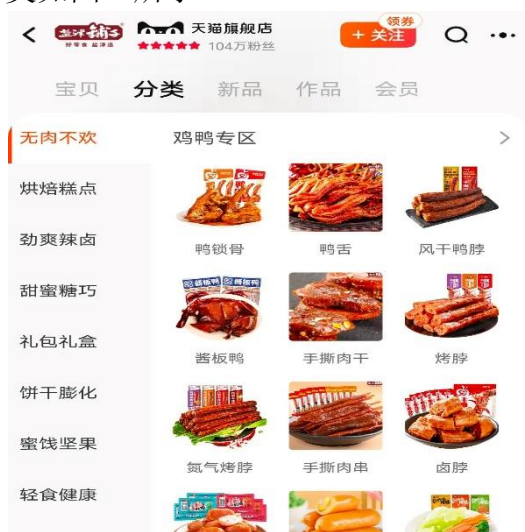


图 4 盐津铺子食品天猫旗舰店产品类目分类图（图片来源于淘宝）

月销前三的商品主要是单独包装且均价不高的小零食，有手撕素肉、鱼豆腐豆干、鹌鹑蛋卤蛋，具体如表 1 所示。

表 1 月销前三产品

产品名字	产品图片	产品介绍	产品价格	月销量	月销售额
盐津铺子手撕素肉零食休闲食品小吃豆干制品辣味解馋办公室素牛排		素食吃出肉滋味比豆干更有嚼劲	12 元	97846 件	115.3 万元
盐津铺子鱼豆腐豆干辣零食豆腐干解馋零食小吃休闲食品夜宵小包装		鱼肉和大豆的黄金比例爽滑 Q 弹有嚼劲	11 元	95914 件	127.1 万元
盐津铺子鹌鹑蛋卤蛋零食小吃休闲食品铁蛋网红宿舍零食即食小包装		个大新鲜 Q 弹爽口深受全家老小的喜欢	12 元	92969 件	112.5 万元

2 店铺年货节活动背景

2.1 零食行业分析

2.1.1 目标消费人群

随着生活质量的提高，零食行业的快速发展，休闲零食也出现在每家每户里，数据显示，超过八成消费者年龄集中在 20-49 岁，其中，30-39 岁的占比 38.5%，该年龄段的消费者有较好的经济能力，占据最大的购买占比；19-30 岁的占比 27.17%，该年龄段的消费者更乐于尝试新事物，需求更加多元化。如图 5 所示，其中 56.44% 的中国休闲食品消费者为女性，43.56% 的消费者为男性；如图 6 所示。



图 5 2023 年零食消费者年龄分布图（图片来源于百度指数）



图 6 2023 年零食消费者性别分布图（图片来源于百度指数）

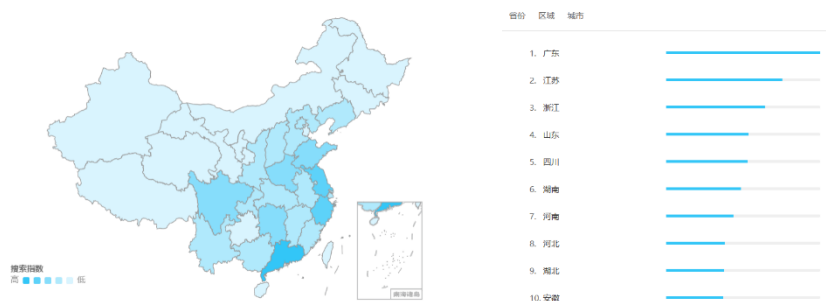


图 7 2023 年零食消费者地域分布图（图片来源于百度指数）

根据数据分析，零食消费者主要为青中年人，女性消费者比男性更多且沿海地区的消费者偏多，如图 7 所示。

2.1.2 行业现状与趋势

近年来，电商平台和实体店相互融合，预计后续会有越来越多的零食品牌加入线上阵营，行业竞争逐渐加大。甘源食品、好想你、盐津铺子、劲仔食品、卫龙等越来越多的零食企业都忙着拓展渠道。尤其现在互联网发展迅速，抖音、快手、小红书等平台兴起，电商行业的火热发展，越来越多的品牌开辟新渠道淘宝、抖音等平台店铺，不再仅限于线下。

现如今居民可支配收入增长、城镇化进程持续推进、消费场景日益丰富、现有产品持续升级及新产品推出、销售渠道不断改善等因素的推动，2022年中国休闲食品行业市场规模为11654亿元，2017年至2022年年均复合增长率为5.07%。预计2021-2026年中国休闲食品行业市场规模将以6.8%的年均复合增长率增长，2026年将达到11472亿元。

2.2 竞争对手分析

盐津铺子食品天猫旗舰店主要竞争对手为三只松鼠天猫旗舰店、良品铺子天猫旗舰店等，三只松鼠天猫旗舰店、良品铺子天猫旗舰店在淘宝平台规模较大开店时间比盐津铺子食品天猫旗舰店时间长，产品类目、粉丝基数也比盐津铺子食品天猫旗舰店多，平台流量分配红利，强大的品牌效应、全品类一站式购齐、丰富的线上运营经验赋予了公司强大的线上运营能力。他们在获客成本、用户复购率、转化率等指标上都体现出了更高的线上运营效率，投入产出比明显高于同行。

表2 盐津铺子与三只松鼠、良品铺子店铺对比分析

分析\店铺	盐津铺子	三只松鼠	良品铺子
店铺 DRS 评分	描述相符 4.7，持平于同行； 物流服务 4.8，低于同行-0.7%； 服务态度 4.8，持平于同行	描述相符 4.7，高于同行 6.32%； 物流服务 4.8，持平于同行 服务态度 4.8，高于同行 3.07%	描述相符 4.7，高于同行 8.41%； 物流服务 4.8，持平于同行 服务态度 4.8，高于同行 1.48%
店铺粉丝	103 万人	4405 万人	3395 万人
商品数量	291 件	1340 件	1019 件
月销售额	10577715 元	132197465 元	88073006 元
平均客单价	15 元	29 元	24 元
平均日销售额	352590 元	44066582 元	2935766 元

根据表格数据分析，三只松鼠天猫旗舰店、良品铺子天猫旗舰店从商品数量上要比盐津铺子食品天猫旗舰店多很多，粉丝基数差别也大，首先 DRS 评分中的描述也需提高，其次客单价没有其他两家店铺多可多做宣传来增加粉丝基础带动营业额。

2.3 店铺运营分析

通过对店铺各项数据观察发现，在店铺日常运营当中，店铺经常推出各种促销活动，如双十一、双十二等购物节期间的折扣和优惠，吸引了大量消费者购买。此外，店铺还通过限时秒杀、满减优惠、买赠活动等手段刺激消费者的购买欲望。这些都有效地提高了店铺的销售额和客户满意度。



图 8 盐津铺子食品旗舰店店铺销量、销额、均价、动销商品（图片来源于鲸参谋）

商品平均价格为 15.37 元，月销量达到了 93.1 万元，销售额达到了 1432.7 万元，如图 8 所示。店铺一共 291 件商品，月销量达到了 93.1 万件说明在店铺运营方面还是不错的，特别是月销第一的商品日均销售达到了 1111 件如图 9 所示。



图 9 月销第一商品日均销售量（图片来源于鲸参谋）

观看客户评价也是运营非常重要的一环，通过评价可以知道客户对产品以及店铺的满意度，更好的去根据客户的需求来制作营销计划，同时可以提高店铺的综合评分，所以好评是非常重要的，以下是用户对店铺商品的反馈图，如图 10 所示。



图 10 客户反馈评价图（图片来源于淘宝）

2.4 节日活动背景

年货节的活动背景与中国的传统文化和新年习俗紧密相连。年货节通常在中国农历的腊月二十三至二十六日进行，这段时间也正好对应中国传统节日大年初一到初四的四天。它是中国新年的序幕，象征着辞旧迎新、吉庆欢乐。年货节起源可以追溯到古代的一个传说。据说在春秋时期，有一只名为“年兽”的妖怪每年冬至时都会来到人间，抢夺百姓的财物。为了应对这种情况，百姓们只能在冬至这天给它准备一些东西，希望它能离开。久而久之，这一天就演变成了年货节。

年货节不仅仅是一个购物节，更是一个重要的家庭节日。家庭成员会团聚在一起，准备年货，祭祀祖先，庆祝新年的到来。同时，也是各行各业迎来消费和促销活动的高峰期。

近年来，随着电子商务的发展，年货节也逐渐成为一个线上购物的盛宴。各地政府、企业和商家都会借此机会推出各种促销活动，吸引消费者购买年货，促进消费和经济的增长。

总的来说，年货节不仅是中国传统文化的一部分，也是现代商业和电子商务发展的重要推动力量。它为人们提供了一个购物、娱乐和庆祝新年的平台，同时也促进了消费和经济的增长。

3 活动方案

活动实施时间：2024年12月27日00:00:00——2025年1月10日23:59:59。

活动方案分为推广活动、年货节预热活动、年货节当天促销活动、年货节

返场活动四个部分，具体介绍如下。

3.1 推广活动

3.1.1 站内推广

直通车推广

推广时间：2024年12月27日00:00:00——2025年1月10日23:59:59。

(1) 推广目的：增加店铺流量，增加曝光量，增加活动热度与转化率。

(2) 推广选品：选了三个产品进行推广，如表3所示。

表3 直通车推广选品

产品名	产品主图	产品价格	预算
盐津铺子零食大礼包整箱零食休闲食品小吃辣卤味肉类年货礼盒解馋		49.9	400
盐津铺子零食大礼包 1510g 混合零食送礼礼盒年货送长辈送亲友		62.9	450
盐津铺子手撕素肉零食休闲食品小吃豆干素食辣味解馋素牛肉小包装		5.9 起	400

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/808020035143007026>