

# 牵手明星、大佬客串…… 互联网公司的营销新思路

## 明星代言互联网营销泛娱乐化 但需谨防“娱乐至死”

### 娱乐化成为 互联网公司杀手锏

从近年来的粉丝经济,到去年兴起的网红经济,再到经久不衰的明星效应,当下的移动互联网时代,与娱乐消费的关系越来越近。

“过去几年,公司吸引用户的策略是:免费、价格战。而近两年,能明显感觉到,娱乐化成了互联网公司的杀手锏。”一位业内人士说,互联网行业在营销上烧钱,一方面是竞争激烈,需要明星抢夺眼球;另一方面,当市场进入相对成熟阶段,明星的效应还在于为品牌注入新的活力。

从去年的“双十一”,我们便可以发现这种变化。之前常用的打折促销口号已经不再喊得响亮,反而是各种与娱乐结合的新鲜互动。

好比“双十一”,天猫关心的不仅是销量,更是创新,天猫表示将打破娱乐与消费边界,实时互动形成新消费形态。阿里巴巴CEO张勇表示,“双11”销售数据是水到渠成的事情,最终的数据应该是娱乐和互动的结果。

确实,天猫的双十一晚会,邀请的明星从国内延展到国际,从偶像到实力,形成了很好的话题性,连续占据几天的微博热搜榜。实践证明,天猫这一娱乐化的营销手段,无疑是成功的。

而苏宁的双十一,则是邀请当红小鲜肉杨洋成为新代言人,并搭档张天爱,共同上演大型真人穿越直播综艺。苏宁云商COO侯恩龙,也表示要跳出逢双十一必押宝晚会的套路,到太湖畔的三国水浒城里再造一座城,复原和演绎古代商业形态。并将这座城的名字叫“笑倾城”,是个很轻松、很欢快的称谓,就是要向消费者传达轻轻松松购物、欢欢乐乐体验的消费理念。



贝克汉姆夫妇出席天猫双十一购物晚会

本报讯 财经作家吴晓波认为在一个互联网喧嚣的时代,任何行业的成长都已经离不开娱乐的要素,甚至,在很多时候娱乐化已经成为产业升级和流行的最重要因素和方向。

这个观点,在过去一年,频频被各大互联网公司印证。从小米科技砸钱请梁朝伟代言,到阿里巴巴靠大量国际明星撑门面的“双11”,再到苏宁易购“牵手”当红小鲜肉……用明星效应带动品牌、刺激销售,用娱乐化的手段进行宣传,已经成为互联网巨头的营销新思路。郑报融媒记者 赵柳影

### 公司大佬、娱乐明星,傻傻分不清

娱乐化的风潮正一股股地吹向互联网巨头们。无论是电视剧、电影还是各类综艺节目,互联网公司越来越多地出现在内容里,互联网公司与明星的关系也在发生着变化。

在互联网圈,各家公司负责人“披挂上阵”玩娱乐已经屡见不鲜。阿里的马云、搜狐的张朝阳都是互联网圈中爱做演员的人,多次客串公司旗下节目、影片。

当互联网大佬频频现身在电视剧、电影中时,无形之中

中也给自身的平台、品牌带来了极强的曝光度,公司大佬亲自玩娱乐,本身就是一种低成本的跨界娱乐营销模式。

此外,不少网友也发现,互联网公司里的明星员工越来越多了。比如,周杰伦加盟途牛公司,变身首席旅游策划官CPO;另一是《欢乐颂》的“安迪”刘涛加盟平安好医生,变身首席健康官CHO;还有何炅加入阿里音乐;李湘加入奇虎360。

这不禁让人联想,当互联网大佬撞上娱乐明星,娱乐化的风潮是否会愈演愈烈。

### 评论

#### 不遗余力,也要谨防“娱乐至死”

其实,娱乐化营销的出现,跟当下这个时代,以及这个时代主要的消费群体是密不可分的。

调查数据显示:“玩”是80后生活的主体,“玩”的花费可达他们日常消费

的三分之一。而娱乐的价值就是教会他们“怎样玩”以及通过何种载体让他们觉得“好玩”。有人研究认为85后更喜欢网络与娱乐结合的营销模式。趣味性、体验式的、互动性娱乐营销活动更能打动他们,更能激发他们的购买欲。

对此,有业内人士提出,所有的行业都应该像娱乐业一样,最重要的不是销售产品,而是销售用户体验,对于如何打动用户的感情,没有行业比娱乐业更了解这个,所有的品牌营销都要不遗余力。

确实,不可否认,这个时代需要娱乐,人们需要娱乐,品牌需要娱乐,传播需要娱乐。然而,娱乐化能代表一切吗?

“利用娱乐化手段打造爆点或者话题,确实可以达到瞬间爆红,甚至短时间内知名度暴涨的目的,然而,不管是哪种娱乐化的营销手段,都很容易被模仿,也很容易像烟花一样,绚烂过后便再无痕迹。”一业内人士说,不管是互联网公司,还是其他公司,借助娱乐化的手段进行宣传营销,没有问题,但如果仅仅依靠“娱乐至死”的想法,却没有实实在在的产品和创意,那么,一切都是枉然,消费者或许会一时被蒙蔽,但不会长久买单。

### 强强联合,郑州市场建设有了新“智库”

本报讯 郑州因“商”而立,因“商”而荣,而遍布郑州的各大市场则是郑州商贸发展的载体。在郑州建设“国际商都”及国家中心城市大背景下,传统市场如何发展转型升级,如何实现对市场资源的重新整合,为郑州打造国际商都铺石探路呢?昨日,郑州市市场研究院与河南大学中原发展研究院正式签署战略合作协议。双方将深入研究郑州市场建设新格局,为政府决策提供具有前瞻性的意见和建议,推动郑州市场发展转型升级。

作为中部地区研究市场建设的权威机构,郑州市市场研究院以“专注市场、服务郑州、内生外联、复合发展”为思路,致力架起市场与政府之间的沟通桥梁。河南大学中原发展研究院是省内首家高端智库型研究机构,在郑汴一体化、中原城市群等重大战略决策方面作出了积极贡献。双方开展合作,有助于发挥双方在政策研究等方面的优势,提高企业和产业创新能力,促进郑州“十大体系”建设;有助于落实政府产业政策,促进批发市场产业升级与市场建设工作。

郑报融媒记者 徐智慧

### 国家新能源汽车供能装置质量监督检验中心落户河南

#### 我省市场份额占全国超四成

本报讯 昨日,河南省质监局传出消息,日前国家质检总局正式批复,批准在河南省计量科学研究院的基础上,筹建国家新能源汽车供能装置质量监督检验中心,标志着国家新能源汽车供能装置质量监督检验中心落户河南。

新能源汽车供能装置是为新能源汽车提供动力能量的重要设备。新能源汽车产业是国家鼓励发展的新兴产业,该产业的发展对缓解能源和环境压力,加快汽车产业转型升级、培育新的经济增长点和增强国际竞争优势具有重要意义,完善的供能装置制造是发展新能源汽车产业的重要保障。

据悉,截至目前河南省已在新能源汽车供能装置及相关配套电气产品等领域逐步形成产品企业集群优势,占到国内市场份额的43%以上。郑报融媒记者 李丽君

### 我省新增6家国家级科技企业孵化器

本报讯 昨日,记者从省科技厅获悉,日前科技部发布公告,我省洛阳大学科技园发展有限公司、洛阳京航星空科技服务有限公司、柘城县创业服务中心、民权县产业集聚区创业服务中心、河南港田电子信息产业服务有限公司、许昌市高新技术创业服务中心有限公司等6家单位被认定为国家级科技企业孵化器,获批数量为我省历年最多。

至此,我省拥有国家级科技企业孵化器总数达到30家,数量居中西部省份前列;省级以上科技企业孵化器、大学科技园、众创空间等各类创新创业孵化载体达到221家,实现了全省18家省辖市的全覆盖,较为完善的创新创业孵化体系基本形成。郑报融媒记者 李丽君



梁朝伟代言小米手机

杨洋为苏宁易购代言