

papi酱首支广告“比武招亲” 网络大佬、辣条企业都想一亲芳泽



欢乐又无脑的现场音乐,和在座的精英们气质有点违和,但这不影响罗振宇和papi酱广告沟通会的商业气氛。

3月27日举行的“新媒体标王”沟通会,某种程度上也像一场“比武招亲”发布会,会上既有腾讯、网易等年轻高富帅,也有辣条企业等传统穷矮挫。不管他们是来看热闹,还是对papi酱广告处女秀志在必得,像罗振宇说的,20年一遇的历史性事件,正在搅动新媒体市场。

罗胖挑食 不带P2P行业玩儿

罗振宇在现场明确指出,包括烟草、白酒、P2P金融、药品、保健食品等7个门类的企业将不会被列入招标范围。

这是否涉及行业歧视?罗振宇解释,因为想把这则广告的风险降到最低,“我们不是歧视这些企业,只是对我们不了解的行业,我们只能说一声抱歉。”

“我们想找的是想玩、会玩、玩得起并且能一直玩下去的企业和广告主,让我们来一起创造和见证这20年一遇的机会。”罗振宇说。

而对于此前papi酱3亿元的估值,罗振宇说,最终几家公司总共投了1200万,“股权占比为12%,所以我们对papi的估值为1亿。”

广告价格 可能达到2000万

此次拍卖的标的物是“papi酱视频贴片广告”,位置位于papi酱节目之后的彩蛋部分。广告的发布时间是在今年5月21日之后的任意一周的星期一。具体时间可以广告主确定,“广告时长可以商议,发布次数为1次。”除此之外,作为这次拍卖的附加,这条广告还将在papi酱的微信公众号、微博以及罗辑思维的公众号上有所体现。

而作为papi酱的合伙人,杨铭也许诺,这条广告将一定是papi酱的第一条广告,“无论广告主决定何时发布,在此之前我们不会发别的广告。”而且他透露,他们未来的主要方向还是内容创作。

罗振宇对这次拍卖充满信心,据他透露,目前他看见各种估值,最高的已经把这则广告估到2000万,“我自己看,应该在千万以上。”

■综合腾讯财经、清华南都



关注三湘都市报微信
看E报。

A 百万起跳,“迎娶”门槛高

套用papi酱3月28日晚上更新的视频里的一句话“没有钱你追什么星”,罗振宇和papi酱也可以说“没钱你玩什么新媒体营销”,撇开8000元的沟通会门票不说,100万的保证金那也是扎扎实实的高门槛,更别提注册资本300万的基本要求了。

据了解,4月21日当天papi酱广告“处女秀”竞价最高获得标王的企业,须在2日内支付30%预付款,并在4月29日前全额支付剩余的费用,才能获得正式标王称号的公布,进入和罗辑思维团队深入沟通papi酱视频创意的环节。尽管招标门槛不低,同时广告标的充满不确定性,但各大企业群雄逐鹿标王的火爆氛围丝毫不弱。

B 风云际会,辣条企业千里赴会

所谓“五陵年少争缠头”,知名和不知名的企业,都想抢到这个广告“处女秀”。据爆料,参与“新媒体标王”沟通会的既有网易、腾讯等大佬,也不乏融360、神州租车等新秀,还有化妆、珠宝、家居、家电等传统厂商的身影,更有一个四川辣条企业不远千里来参会。

业内人士表示,对于企业来说,“新媒体标王”这个称号广告含金量的诱惑力实在太大,从以往央视、卫视的招标情况来看,尽管广告标王历来都是知名大企业、大品牌志在必得的桂冠,但也有不少实力雄厚的黑马杀出重围。

罗辑思维负责人罗振宇也表示,拍卖papi酱首支视频广告灵感正是源于其亲眼见证的央视招标。

延伸阅读

“君子善变”

“内容创业者不到万不得已,绝不要融资,千万不要做广告挣钱!”熟悉罗振宇的人,对这句话应该都不陌生。对于此次广告拍卖,他又如何解释呢?

沟通会上,他仍然坚持认为做内容的不应接广告,并且预测papi酱以后不见得一定会做广告。

不过谈到这次广告拍卖,他认为“如果有挣钱的机会”,要“提前收割、落袋为安”“先把广告费挣了再说”。

而对于那些说他自相矛盾的声音,他引用了孔夫子的话“言必信,行必果,硃然小人哉”:要求别人一定要践行“承诺”,是小人才会有行径,“君子永远随时应变”。

