

星城商家大做“粉丝”生意

被追捧的不止是明星,商业圈也应注重培养品牌的“忠实粉丝”

■记者 朱蓉

《琅琊榜》的大火,让不少人意识到,电视剧已进入“大IP时代”。言下之意,粉丝成为支撑收视和点击率的不二法宝。

事实上,粉丝早已不仅仅只关乎“明星”这一特殊群体。市场营销界里最早看到粉丝特殊力量的是雷军,他的“小米粉”支撑着小米从互联网手机向上下游全产业链发展。在星城,不少商家也看上了粉丝经济可能带来的红利,纷纷将传统生意改头换面。

【现象】 粉丝经济走红星城

11月4日,记者在青竹湖附近的快乐DS芒果粉丝俱乐部看到,这家咖啡馆内摆着5张小圆桌,咖啡、甜品一应俱全,价格在20元至30元之间。该馆负责人周晔介绍,这家表面看起来是间普通咖啡馆的店,在未来还将引入更多的法国商品,“希望打造成以咖啡为载体的文化社交群,核心则是汽车品牌与娱乐文化。”

据她介绍,店内的预期顾客基本为汽车品牌DS的车主或粉丝,这一核心的联系和一致的爱好将把整个粉丝群联系起来,日后还计划朝着开发自驾游等业务拓展。

11月5日,记者又分别在五一大道、解放西路等地看到了一家名叫“粒上皇”的板栗店,每个店面门口都排着长长的队。

“不知道好不好吃,看到这么多人在买,就想尝一下。”在记者对消费者的随机采访中,多数人都是第一次购买,“凑热闹”、“尝新鲜”成为推动他们愿意排长队的主因。这种长队在

思考

只靠粉丝经济真能撑起一门生意吗?

微博上,明星的粉丝动辄上千万,然而,这样的“大明星”开一场演唱会上座率能有多少?恐怕自己心里也没底。

在多数人眼中,粉丝是一群狂热的追随者,没有理智。而事实上,是否能够真正吸引到粉丝为之“买单”,是否能真正满足他情感上的归属感和“每次消费都物超所值”的消费诉求,成为这种狂热是否能持续保持热度的关键之所在。

2013年8月,罗辑思维公众平台已坐拥50万粉丝。当月,微信公众平台推出微信会员收费制

太平街里还有不少,奶茶店、炸鸡店、香肠店等等都是门庭若市,慕名而来的粉丝顾客人数众多。

【行业】 培养品牌的“忠实粉丝”

著名品牌顾问李光斗曾说过,粉丝不是一般的爱好者,而是有些狂热的痴迷者:“因为喜欢,所以喜欢”,喜欢不需要理由,一旦注入感情因素,有缺陷的产品也会被接受。

“咖啡厅能够让顾客在一个很轻松的环境里消费,也为汽车销售的过程创造出更多与顾客的互动机会,粉丝之间的互动、粉丝与品牌、店铺之间的互动都能创造出更好的后续消费和价值。”快乐汽车集团董事长周晔认为,如自驾游活动等都需要一种粉丝的凝聚力去完成,而咖啡馆则成为这个粉丝经济的载体,为整体产业链的打造起到承接作用。

李光斗也认为,进入社交媒体时代,人们不满足于单向的关注而是渴望互动交流,这将决定企业更倾向于从传统营销向社交营销转变,“在这个过程中,需要注意融合创新,注意粉丝沉淀和转化环节,能够把粉丝转化为消费者,把互动和口碑转化为销量,才是真正把粉丝生意拔高到了粉丝经济的高度。”

湖南商学院市场营销系主任尹元元认为,在市场经营过程中,培养品牌的“忠实粉丝”是每个品牌和商家都应该尝试的事情,一批兴趣相投的人在交流过程中,将会更加推动他们共同兴趣点的消费,“让消费成瘾”后还可尝试相关产业链的其他项目延伸。

度,短短6个小时5500名会员被抢光,创收160万,开创了互联网的销售神话。谁能说这不是粉丝的力量?

然而,这位罗胖子每天通过微信号“嬉笑怒骂”说人生、谈经济才是这个公众号的核心竞争力,他显然不是“靠脸吃饭”。

每一位拥有大批粉丝的“明星”,无论品牌、个人、商家……其得到粉丝的簇拥,都不是“无缘无故”,究其核心竞争力,其实还是回归服务和产品本身——营销只是商家的手段而已,而让粉丝“值得去爱”才是关键。



签证利好让更多市民选择出境“旅购”。

湖南人爱去泰日韩,在欧洲花费最多 数据:全国“旅购”市场规模达6841亿元

现下,“旅购”在“双11”前代替“海淘”,跃身新的消费热点。

11月3日,蚂蜂窝旅行网联合中国银行等机构共同发布了《全球旅游购物报告2015》,揭示了“旅购”一族的迅猛发展,称全国出境旅购的市场规模已达6841亿人民币,今年人均花费5830元,同比增长16.3%。

数据: “旅购”市场达6841亿

《全球旅游购物报告2015》这份覆盖6亿中国游客旅游购物的报告显示,2015年,中国出境旅游购物市场规模已达6841亿元。中国游客境外旅购人均花费5830元,同比增长16.3%,相当于每位游客都在境外买了一个LV。

报告显示,我国53.6%的游客出境游是以购物为主要目的,平均用于购物的费用占人均境外消费的55.8%。其中,游客在法国的购物消费同比增长达27%,占据了“剁手”的榜首,而去年同期第一的韩国因受MERS疫情影响,今年消费总额仅屈居第四。在日本、韩国以及欧美地区,中国游客的人均旅购支出都已超过7000元。

湖南: 最爱去周边国家

记者采访了省内多家知名旅行社,发现湖南游客最

爱去泰国、日本、韩国等周边国家扫货,而去欧洲的游客往往人均旅购开销最大。

湖南华天国旅导游部经理丁佳胤介绍,赴韩旅购的游客多以购买护肤品和化妆品的年轻女性居多;去日本的游客不少是家庭组团,偏爱电饭煲等小家电;而泰国的珠宝和药制品也吸引了不少旅购一族;去欧洲旅购的游客多以手表等奢侈品为主,因单品价格高,是全省游客开销最大的境外地。“整体而言,40岁左右的中年人消费需求和购买力是最强的。”他补充道。

原因: 签证利好、直航多是关键

在不少业内人士的眼中,签证利好是旅购最关键的因素。“签证是出境最大的门槛,一旦门槛下降,便会立刻带动当地旅游及相关产业。”途牛网相关负责人说。

亚航航空相关负责人坦言,消费者的购物需求一直存在,交通不便也只能望洋兴叹。但近年来各大航空公司开通了直航线路,旅行社也纷纷包机直飞,为“旅购”带来了更大的便利。

谈及“旅购”是否遇到语言障碍,有着5年导游经验的罗女士称,大多数境外商场都有专门的中文字样和中文导购等,完全无需担心。“考虑周全,服务到位,也是吸引游客旅购的一大原因。”

■记者 钟雅洁

建议

年底旅购或比“双11”更省钱

旅购达人和业内人士纷纷表示,元旦之前尚处旅游淡季,机票遍地白菜价,出游成本较低。而不少海外城市的购物商场在感恩节、圣诞节和元旦新年等节庆期间,都会举办“打折季”,商品价格十分实惠,期间去海外旅购所省下的钱,基本可以支付往返机票及酒店的费用,年底出境旅购或比“双11”的“海淘”网购更加省钱。

旅游提醒

游客近期避免去往马累

马尔代夫外交部4日宣布,由于国家安全受到威胁,全国进入紧急状态30天。目前,携程、途牛、蚂蜂窝等多家旅行企业纷纷启动了紧急预案,并表示未受影响。

途牛相关负责人介绍,进入紧急状态的马尔代夫首都马累本岛,并不是常规的旅游目的地和中转地,游客进出旅游都在马累岛东北部2千米处的机场岛,而目前机场岛航班和其他度假酒店的运行状况均正常不受影响。携程表示,目前国内暂未发生大规模退订现象。

11月5日,国家旅游局发布来自中国领事服务网的出行提示,据马外交部最新消息称,马尔代夫宣布进入紧急状态是为了保护国家及人民安全,目前马局势仍保持平静正常,游客赴马旅游不受限制。另外,中国驻马尔代夫使馆提醒近期计划赴马旅游的中国公民密切关注当地安全形势,如无必要应避免前往首都马累。 ■记者 钟雅洁

经济信息 节水环保 开启绿色生活

11月5日TOTO卫浴万家丽东郡华城旗舰店盛大开业。

在水污染不断加剧的今天,节约用水已经成为全社会公认的生存法则。在卫浴市场,随着智能

化产业的发展,卫浴节水产品也层出不穷,而TOTO卫浴一直遵循着“人与自然和谐相处”,致力于研发新产品,把节水技术可谓是做到了极致。该产品的节水指标超出国家标准40%以上,正如该卫浴相关负责人

所言,科技与自然的结合,色彩与空间的碰撞,造就了TOTO卫浴的高贵品质,产品让人们在钢筋水泥构筑的都市森林中感受到了大自然的生命气息。

