

带动销售、推出活动、细分市场……

甬企邀请明星代言动作频频



张亮、天天在签约仪式新闻发布会上现场展示厨艺。

1月19日，欧琳集团正式签约“爸爸去哪儿”节目的人气明星、80后超模张亮与“小暖男”天天。刘翔、李连杰、刘德华、赵雅芝、杨丽萍、赵文瑄、萧敬腾……宁波民营企业邀请明星代言的热情持续高涨。品牌营销专家认为，企业邀请明星代言，除了扩大影响、拉动销售外，还可以保持品牌活跃度和新鲜感，提升经销商的信心和公司人气，但请明星代言也应有配套的活动推出，否则可能无法获得预期中的收益。

记者 殷浩

明星频频为宁波企业吆喝

“上得T台，入得厨房”的张亮，是80后、90后年轻人群的代表，他所具有的特质，展现出的是一种时尚、现代的生活方式，使人能够在快节奏的生活中感受到快乐。“我们可以感受到‘男神’张亮作为国际超模和炙手明星所散发出的耀眼光芒，但看得见的奢华未必就是品位，我们喜爱他、选择他的真正理由，是他的这种‘心中有家’和锲而不舍的坚韧精神。”

欧琳集团副总裁方斌表示，作为“最潮最型父子配”，帅气、单纯、善良的天天不仅外型不输乃父，他与张亮在朋友式的沟通中，所自然流露出的温馨有爱，更是感动了所有人。

正因为如此，欧琳选择张亮父子联袂诠释“男人快乐厨房”的理念，共同营造“家的味道”。显然，欧琳认为张亮与天天的形象，与欧琳所希望营造的“家的味道”

的品牌形象是非常符合的。

同样，去年7月，金马奖获得者、喜剧演员黄渤正式与双鹿电池签约，成为双鹿电池的“能量大使”，双鹿电池也成为国内电池行业首个聘请形象代言人的企业。双鹿集团市场部副经理唐堂告诉记者，黄渤上得了荧屏，导得了电影，唱得了劲歌，其蒸蒸日上事业和不断进取的形象，符合双鹿电池对“能量大使”的选择定位。

锁定消费群体拉动销售

走了，家长都不得不给孩子买这些产品。这些卡通形象对我们产品销售的拉动还是很明显的。乐购、大润发等大型超市都主动邀请我们进他们的连锁系统销售，而且不收取任何加盟费。”博洋宝贝销售经理郑卡说。

2010年起，奥克斯集团连续4年邀请明星李连杰作为健康空调的产品代言，由李连杰参与拍摄“公益篇”、“形象篇”、“产品篇”等数支电视广告，并在国内家电

业上演一出由李连杰与奥克斯主演“变频真功夫连续剧”。与此同时，奥克斯还与咏乐汇、中国蓝、一呼百应等央视及地方卫视的多档知名栏目进行合作，进行李连杰代言的奥克斯空调品牌的形象传播。借助李连杰的国际影响力，奥克斯全面参与国际市场的拓展，实现企业社会影响力的全面提升和销量的增长——即使在2013年的这个“冷冻年度”，奥克斯空调国内销量同比增长仍超过40%，营收接近100亿元。

近年来呈现小众化、粉丝化趋势

从早期的费翔开始，宁波企业邀请明星代言的行动就一直在持续进行。刘翔、赵雅芝、刘德华、赵文瑄、萧敬腾等都曾经为宁波服装企业代言，而杨丽萍、李连杰、超级女声等也曾经为宁波的家电企业、文具企业代言合作。卡通形象喜羊羊灰太狼、海绵宝宝、MYOO、泰迪熊等卡通形象也为宁波家纺品牌所用。可谓星光熠熠，备受瞩目。

不过，近两年来，宁波企业邀请明星代言出现了小众化、粉丝化的趋势。如这次欧琳集团邀请的人气明星张亮和他的儿子天天，是在节目“爸爸去哪儿”中受到大众关注从而人气暴涨的模特，拥有众多粉丝，走的是年轻化的路线；而博洋家纺旗下的儿童家纺品牌“博洋宝贝”则在去年花数十万元买断最受儿童喜爱的卡通形象“泰迪熊”在家纺类产品中的卡通形象使用权，则专门针

对的是儿童用品市场；博洋集团另一个品牌唐狮服饰，邀请人气歌手萧敬腾代言，则针对的是年轻人群体。

“现在企业邀请明星也越来越专业了。尽管并非为最广泛的大众所熟知，但明星在粉丝中拥有很高的影响力，企业看中的正是其粉丝中所蕴含的消费潜力。”国内知名营销专家李晓龙分析认为，这是宁波企业在邀请明星代言中的一个新变化。

辅以针对性营销手段细分市场

切关注80后、90后，努力培育品牌拥抱青春的能力，研发出更多适合于这个消费群的时尚产品，才能不断给企业蓄积新能量。

双鹿电池也借力黄渤推出活动，在即将到来的马年央视春晚晚上，黄渤将登台献唱。双鹿电池借机推出了“巅峰电量，厚积‘渤’发——双鹿电池能量大使黄渤邀你看春晚”活动，推广双鹿的品牌及最新的碱性能量王电池，并借助春晚的舞台向全国人民拜年。

知名营销专家、关键点(宁波)品牌策划有限公司首席咨询师黄江伟分析认为，“企业在邀请明星做代言做活动的同时，配套推广

新产品，或者推出新概念、新活动，这些都是借题发挥的一个好办法。能够借助明星的人气，以最快的速度传播新产品、新形象和新概念，以往宁波企业在活动策划方面比较欠缺，最近两年来，这种情况正在发生着积极的变化。”

李晓龙也表示，明星代言仅仅是营销的一种方式，目前国内移动互联网正在加速普及，网络营销、电视营销、公关传播等品牌营销手段十分多样，企业是否邀请明星代言，要视自身品牌传播的需要，而在确定邀请明星代言后，仍需推出相关营销活动以保持品牌传播的活跃度，这样才能取得最优的传播效果。

市创投引导基金位居政府创投引导基金第六

日前，中国有限合伙人联盟发布CLPA2013~2014年度榜单，宁波市创业投资引导基金管理人入围年度政府引导基金管理团队20强、位列第六，位居省内首位。

在刚刚过去的2013年，市创投引导基金的阶段参股项目稳步推进，跟进投资项目取得突破，对外推介力度明显增强。阶段参股方面，新增宁波科发、小村开云、宁波青鸟、宁波赛宝、奉化海甬和鼎晟励合等6个子基金，募资总额7.065亿元，市创投引导基金协议出资1.55亿元，带动了一批社会资金进入风投领域。截至目前，市创投引导基金已累计组建10个参股基金，总募资15.75亿元，其中引导基金出资3.15亿元，带动社会资金出资12.6亿元，杠杆放大效应明显。

记者 殷浩 通讯员 余斌辉

“小升规”企业将享受减税等政策扶持

“税费三年全免，三年减半，这极大地降低了企业成本，马年真的‘马上有钱’了。”列入我市小微企业转型升级为规模以上企业（简称“小升规”）的宁波禾隆新材料有限公司总经理马庆江对记者说，公司去年年产值3000多万元，有了政府的支持，有信心在今年取得更大发展。

据了解，为促进“小升规”及培育对象企业走专业化、精细化、特色化、新颖化发展之路，努力形成一批“小而优”、“小而强”的企业。去年市经信委以现有年主营业务收入500万~2000万元的规模以下小微企业为重点，确定了2013~2015年全市“小升规”培育对象企业累计3000家以上，实现“小升规”企业累计2000家以上的目标。经省统计局初步审核并报国家统计局，去年宁波市完成“小升规”企业初步名单755家，超额完成全年目标任务，完成数位列全省第一。

据市经信委相关负责人介绍，这些“小升规”企业将享受减税、产业扶持、强化融资服务等优惠政策。

记者 杨江 通讯员 储昭节

利时集团连续8年包车送员工返乡过年

“回家了！”1月25日一大早，带着大包、拎着箱子、扛着年货，利时集团的部分外来务工人员，喜气洋洋地登上了送他们返乡的大巴车。据介绍，利时集团已连续8年包车送员工回家。

为了确保安全，利时集团工会为每辆车安排了2名司机，并为员工分发了提前准备的水果和食物。“每个员工和家属都有，主要是路上吃的，苹果、火腿、面包、方便面、水，还有大红的福字。”集团行政部负责人徐姗姗介绍。当天早上7点，20辆大巴车准时出发，载着外来务工人员 and 家属一起踏上了回家之旅。

“我们公司一共有6000多名外来务工人员，今年坐包车回家的有近千人，一共20辆车，主要是去河北、河南、安徽、湖南、陕西方向，有65个停靠点，保证把大家都送到家门口。”利时日用品公司相关负责人表示，除了包车送员工回家外，公司还会提前为选择乘坐火车回家的员工购买团体火车票。

记者 殷浩 通讯员 杜锡平 夏静虹