

砸千万元请当红明星代言,企业算了一笔账:较之前,主推款式订货量增一倍 宁波企业怎样念好“品牌代言经”?

当红明星黄晓明来宁波了。上周五晚,黄晓明穿着唐狮新款羽绒服亮相宁波国际会展中心7号馆,向在场的2000位来自全国各地的销售商吆喝。记者了解到,为了请黄晓明代言,唐狮的代价是千万级。

从早期的赵文瑄、费翔、赵雅芝,到后来的皮尔斯·布鲁斯南、李连杰、黄渤、张亮等,十几年来为宁波企业代言过的明星不胜枚举。不过随着传播方式的多样化,最近几年宁波企业请明星代言的数量明显少了。有企业也感叹,在消费者越来越理性的今天,明星代言的影响力已大不如前。

宁波企业花千万元请当红明星代言,究竟图啥?在粉丝越来越难“搞”的今天,明星代言人营销究竟还能怎么玩呢? 记者 孙美星



上周五,黄晓明来宁波参加唐狮发布会,与粉丝互动。

1 博洋为何10多年钟情于赵雅芝?

明星个人形象与品牌定位要契合

“酒香也要勤吆喝”。早在十几年前,逐步崛起的宁波品牌就开始请明星代言,为品牌造势。宁波最早开始“傍”明星的是服装企业,雅戈尔、罗蒙、杉杉、培罗成等品牌都找过明星代言,像费翔、赵文瑄、濮存昕、胡兵、罗嘉良等都曾与宁波品牌合作。

这之后,家电等行业的企业也纷纷借力明星资源。“帅康”找过舞蹈家杨丽萍,“方太”找了知名魔术师刘谦,欧琳曾请来国际巨星皮尔斯·布鲁斯南,奥克斯请过李连杰,双鹿请了影视明星黄渤……

上月,罗蒙举行新款发布会,两位代言人林志颖和濮存昕双双亮相,这样的组合意在将老中青粉一网打尽。目前请张亮代言的太平鸟,则被业内誉为眼光独到。因为当年太平鸟签下张亮时,他虽已经是一线男模,但知名度远不如现在这么高。自从带娃参加《爸爸去哪儿》之后,张亮迅速蹿红,不少网友都评论:“太平鸟真的是赚到了!”

仔细梳理会发现,宁波企业请明星套路各有不同。不少企业请明星代言,经常在换。像唐狮请黄晓明代言之前,SHE、萧敬腾、飞儿乐团都曾先后为其代言过。“去年我们推出了品质更高、价格也更高的都市系列男装,为了提升品牌形象并强调质感,我们第一次请国内一线的明星代言。”唐狮总经理应春光告诉记者,请不同的明星代言,体现了品牌不同时期的变化和诉求。

有的宁波企业请明星代言很专一。像博洋和赵雅芝、培罗成和赵文瑄都是持续了多年的代言合作,像赵文瑄还因为和宁波品牌的关系好,选择在宁波定居养老,成为一段佳话。

“我们和赵雅芝的合作有十几年了,2002年我们是国内第一个请明星代言的家纺品牌,这以后几乎每个家纺品牌都会请个女明星在床上拍几组宣传照。”博洋总经理何平波告诉记者,选择赵雅芝是因为其和品牌定位的幸福家庭理念很契合。“前几年我们也曾想过换代言人,一方面因为赵雅芝的形象深入人心,供应商们反对更换,另外我们也难找到一个和她条件相当的女明星。”

2 明星代言市场还有多大?

宁波企业请明星代言数量明显减少,但其代言效果仍不容小觑

请明星代言曾是企业屡试不爽的营销手段,不过最近几年,宁波企业请明星代言的数量明显减少。最近两周,记者联系了多家曾经请过当红明星代言的宁波企业采访,有的企业表示如今明星代言的作用已弱化,不愿意再谈及这个话题。有的则透露因为前几年请明星效果不理想,现在企业已经不再考虑再请明星代言了。

对于企业来说,砸出大笔真金白银请明星代言,究竟图啥?

“请明星代言主要是希望提升品牌的影响力。不过现在明星影响力已经大不如前。十年前,请一个明星可以直接拉动服装销售,穿在明星身上的服装会吸引很多粉丝跟着买。当时买新款服装就送海报,粉丝会为了一张印刷的海报,几十件、上百件的买衣服。”唐狮总经理应春光说,记得十年前一款有明星亲笔签名的海报,在二手市场都能炒到1000元以上。现在,除非是明星当场签售的海报有一些吸引力,普通的海报根本没人去收藏。而且现在的消费者越来越理性了,并不会因为代言人是明星就认为产品质量好,明星代言的传播效应已开始淡化。

3 企业与明星选择背后的考量

并非代言费越低越好,“过气明星”不受待见

据了解,宁波企业请明星代言,一般周期在2年左右,在签约时会约定好所有的规定动作,比如在合作期间要拍摄哪些宣传海报,参加几次现场活动等等。一般来说,一线明星的2年代言费在千万元上下,二线明星的价格在200万元到600万元不等。

“一线明星在合约外的活动,一次要上百万元。如果一次活动约定3小时,这个时间是从他走进化妆间就开始算的,如果遇到男性还好,如果遇到女明星等待的时间可想而知。”应春光说。

宁波企业和大牌明星合作,会不会被耍大牌?“明星也是人,也有好合作的和不好合作的,我们之前遇到一个明星,在拍产品宣传照的时候,说我们提供的服装都不喜欢,不配合拍,最后没办法,我们只有花几万元请人把他的形象P在海报上去,很折腾。”应春光说,唐狮和黄晓明的合作很愉快,去年

“过去选明星只要有名就行,随便拉一个来,只要知名度高,都能给企业带来效益。有的企业甚至产品还没上市,就先请个明星来吆喝。”应春光说,现在不一样,选明星有很多讲究,首先明星和品牌的契合度如何,他的代表作主要吸引哪些粉丝,这些人群和品牌定位的目标顾客群是否契合等,这些都是品牌要考虑的事情。

请黄晓明代言一年多,对企业究竟有何明显的的作用?“我们没有具体评估过明星的作用,不过有一个数字可以说明问题。每年的订货会上,我们都会以代言人为模特展示当季最新款的服装。之前请二线明星代言的时候,如果一套服装可以订出1000套,请黄晓明代言之后一场订货会能订出2000套,主推款式的订货量能增加一倍。”

“我们把黄晓明的海报贴在店外,有路过的顾客看到,就会进店去逛一逛。对我们来说顾客只要走进店里,就有商机。”在上周五的唐狮发布会现场,专程从西安赶来的销售商洪江说,黄晓明拍海报款的服装,很多顾客会特意去试一试,他每次都会多订一些。

他大婚,公司还收到了他的喜糖,去年春节唐狮的年会上,黄晓明还应邀录视频来表示祝贺。

“明星和企业的合作,背后都有彼此的考量。像一些将红不红的明星,会尽量选择比自己高一个层级的品牌代言,即使钱少一些也不介意,因为可以提升自己的身价。而对于一些已经很红的一线来说,不一定只挑同样层级的大品牌,只要品牌够分量就行,这样代言费会高一些。”宁波某品牌负责人说,明星代言看似风光,签个合约就成百上千万元,其实明星市场也很现实,明星会老去,有的明星过气也很快。

“之前有明星主动降低身价要为我们代言,说只要几十万元就可以。但我们衡量之后觉得,在我们几百家连锁店用已经过气的明星做海报模特,不是明星为我们宣传,反倒是企业在为这个明星做推广了。”

4 明星代言也有风险

两涉毒明星曾使其代言企业损失达数十亿元

请明星代言并不是包赚不赔的买卖,还会有一定的风险。2014年,当红明星柯震东和房祖名涉嫌吸毒,据媒体报道,两人代言的12家世界500强企业跟着被“毒倒”,商业损失达数十亿元。

“明星代言是把双刃剑,用好了给企业增加美誉度,一旦给企业代言的明星出现了负面新闻,其代言的企业也会受到影响。”何平波介绍,曾经有一个家纺品牌请某女星为其婚庆主题的产品代言,但没过多久该女星就离婚了。婚庆产品原本就有美满的寓意,由离婚的女星代言会影响顾客的心理,因此品牌不得已只得紧急更换海报。而博洋家纺之所以和赵雅芝合作这么久,也因为她本身家庭美满,且鲜有绯闻。

“如今随着宣传媒介越来越碎片化,企业宣传不再只有请明星这一条道。因此请明星只是锦上添花。企业最重要的是要把自己的品牌和产品做好,否则请再大牌的明星都没有效果。”应春光说,明星也好,广告也罢,如果产品不好,再多的投入都没有用。

5 明星代言如何产生叠加效应?

一般来说,代言费和后续媒体传播费用比为1比8左右,才能发挥较好的传播效果

“企业花钱是为了挣钱,我觉得请明星的代言费一万两万元也不少,上千万元也不多,主要还是要看这代言能给企业带来怎样的效益,企业应该有科学的评估体系。”著名品牌和营销专家黄江伟认为,如今实体经济下滑,媒体环境发生巨大变化,宁波企业请代言的数量比几年前有所减少。

以往有宁波企业请明星代言,常常根据老板的喜好来选择,对企业品牌的提升效果可想而知。如果代言的明星和企业的形象没有很好的契合度,效果也要打折扣。“记得几年前宁波有个家电品牌请孙俪代言,但这个品牌本身在OEM(代工生产)和外贸方面比较擅长,虽然孙俪是一线女星,但很多消费者都不知道。”黄江伟说。

怎样让代言费起到更大的作用?“明星代言是为市场服务的,如果明星和代言目标与品牌受众精准吻合,接下来就要在用好资源上下功夫。一般来说,明星代言费和后续媒体传播费用的比例为1比8左右,才能发挥比较好的传播效果。因此宁波企业和明星合作,不应该只停留在一年拍几套宣传海报,出席几次现场活动上,要和明星深度合作。”黄江伟认为,达成了代言关系以后,企业还应该紧跟明星的动态走,明星是社会舆论的焦点,比如和某位明星一些红火的节目或电视剧一起宣传,或紧跟明星社会性的话题,都可以产生叠加效应。

“企业先要把自己的产品做好,然后是否邀请明星代言,则视自身品牌传播的需要。”黄江伟说,明星代言企业,相当于两者形象相互融合的开始,而这种融合是否能双赢,考验着企业的智慧。