

# T恤、水杯、帆布袋…… 微信公众号货品 成为不少潮人“标配”

微信公众号除了传播信息,给读者提供娱乐和知识之外,现在不少有一定粉丝量的公众号都开启了自己的周边商城,出售各种定制产品,引发了不少拥趸的购买,成为粉丝经济变现的一个最新途径。

## 公众号货品充满个性

小朱是一个历史迷,他平时很喜欢看各种历史书籍和资料,半年前他关注了一个专门讲历史的公众号,里面用漫画的形式,讲述各种历史故事和历史人物,图文并茂,佳作不断,吸引了不少的粉丝。

每到周五更新的时候,下面的留言都有数百条,大家纷纷各抒己见,成为一个思想碰撞的场所,对于不同的历史事件都提出了自己的看法,气氛相当热烈。

上个月,这个公众号推出了一批自己的周边产品,既有T恤,也有水杯、手机套和帆布袋等,涵盖了生活的很多方面。这些物品都是独立设计,充满个性,具有独一无二的IP特性,只在该公众号的微商城里出售,网上其他途径买不到。

“关键还是限量版,每季只出那么几款,以后就没了,还是很有纪念意义的。所以我一下子就下单了好几样单品,基本可以凑成出门的全套装备了。”小朱觉得,在这个讲究个性的时代,穿着和使用这样的物品,可以体现自己的个性和品位,还能遇到同好,这也是一种精神上的契合。“这个不同于之前流行的文化衫,它的单品具有特殊的文化含义,只有共同关注的人才明白,无形之中又多了一层文化认同在里面。”说起自己的选择,小朱还是很有自信的。

## 科技也可以很时尚

不同于历史的沉重和严肃,很多公众号体现的是一种轻松活泼的气氛。比如一个著名的微信公众号包罗万象,既有生活常识,又有科学道理,也是粉丝无数,深受大家喜爱。这个公众号也有自己的微商城,最近推出了科学家T恤衫系列,目前第一季只有两个科学家,就是大名鼎鼎的爱因斯坦和门捷列夫。

“穿上这个独特IP的T恤,就让我回想起中学时候,对于物理和化学的恐惧。”这个公众号的粉丝王先生也下单了好几件,还给老婆孩子买了女款和儿童款。按照他的说法,就是要激励自己努力向上,向这些大神学习,表明一种积极乐观又不失调侃的精神气概。

这个公众号商城出售的货品虽然涉及的都与科学理论和人物相关,但是设计很有时尚感,成为很多潮人的标配。不少人是成为公众号的粉丝后才成为商城的忠实用户。用他们的话说“科技也可以很时尚”。



公众号上出售的帆布袋。



## 流量变现的最新方式

针对这种现象,浙江万里学院传播学者郭鉴教授认为,从商业上说,这就是流量变现比较创新的一条路。他认为以前的做法是通过大量广告来给品牌做导流,但是现在拥有大量粉丝的微信、微博等自媒体,完全是自带流量的存在。

郭教授认为,在新的商业环境下,自媒体有了更多玩法。从信息的传播可以迅速演变成商品的交易,而电子支付成为完成这个闭环的关键环节。他指出,这种周边产品的销售,在各种垂直公众号上表现尤其明显。一来,粉丝都有共同的爱好,二来可以通过购买周边体现独特的价值认同和审美体验的产品,再则还有一种仪式感的存在。

“比如大家都穿了这样的衣服,在大街上遇到了,不但没有撞衫的尴尬,反而会会心一笑,获得价值观认同。”郭教授指出,这可能也符合了当前网络化社会中,年轻人的一种社会慰藉感和认同感。

记者 毛雷君



公众号上出售的服装。

## 奉化水蜜桃上市旺季来临 半月内仅网络销售就卖出10万单

本报讯(记者 鲁威 通讯员 王加廷) 昨天,记者从奉化区农业农村局、奉化区供销社等处了解到,今年水蜜桃依旧畅销,开摘半个月以来,通过网络累计售出奉化水蜜桃超过10万单。7月中下旬将有更多优质水蜜桃进入市场。

昨天一大早,奉化最大的水蜜桃交易市场迎来了一辆又一辆的桃农货车,一箱箱经过桃农挑选过水蜜桃被陆续放入快递盒,然后搬上顺丰速运的货车送往全国各地。

这几天,仅林家村桃子市场的日销售量均在12万公斤左右。奉化区农产品经纪人林东杰告诉记者。“接下来的天气有利于水蜜桃生长,销量也马上上来了。”除了林东杰,贝复彪、郭良平、陈春发等百余名经销商火力全开,跑基地、奔市场。经不完全统计,奉化区农产品经纪人售出的水蜜桃已超过80多万公斤,其中网上销售达50多万公斤。“预计今年这些农产品经纪人水蜜桃总销售量可大200多万公斤,达到历年之最。”奉化区供销社的工作人员告诉记者。

今年奉化推出水蜜桃高端品牌“欢喜奉桃”,与原有的“锦屏山”品牌搭档,实施“双品牌”发展战略,提升奉化水蜜桃的品牌美誉度和产品竞争力。“欢喜奉桃”单果重250克以上、糖度13度以上,8只装精品礼盒装官方指导价每箱198元。

目前,奉化水蜜桃已经进入销售阶段。您可以扫一扫宁波晚报二维码,进入微商城购买,也可以进入“宁波晚报生活号”微信公众号,点击底部菜单“水蜜桃特惠”进入微商城购买。今日起,一次购买两箱以上的朋友可以获得价值百元礼品一份(此次促销活动仅限江浙沪地区)。



## 农银人寿宁波公司客服节启动

日前,农银人寿宁波分公司联合宁波晚报少年报、国之行组委会在北仑博地影秀城举办了“诗意中国,声动北仑”书画朗读活动。农银人寿第六届客户服务节活动正式启动。

据了解,为庆祝新中国成立70周年,也为积极响应中保协“7·8全国保险公众宣传日”活动精神,围绕“农银有AI 祝福祖国”主题,农银人寿特别推出“少儿书画绘画比赛”。现场共有30余名小朋友参加绘画比赛,在画纸上描绘出自己心中的祝福。农银人寿宁波分公司还向北仑向阳小学捐赠图书200余本。

通讯员 潘小丽



## 减税降费 为民营企业发展添信心

慈溪市税务局周巷税务所干部充分利用“线上+线下”的模式,对辖区内企业进行全覆盖减税降费宣传和辅导,同时建立定点联系制度,持续深入、跟踪了解改革措施出台后,企业适用政策情况,无缝对接,推动减税降费政策落地生根。

位于慈溪市长河镇的宁波长乐喉箍有限公司年产值数千万元,“我们企业以外销为主,内外销比通常保持在1:3左右,外销部分原先适用‘增值税税率16%,出口退税率13%’政策。深化增值税改革后,增值税税率由16%降到13%,直接体现在利润上。”企业会计陆徐藤介绍说:“企业预计今年4月到12月的出口销售可达到4500万元左右,减税政策可以使企业利润增加135万元。”公司法人张泽表示,“减税降费红利为企业在关键发展期提升研发能力、增强国际竞争力提供了强有力的支撑。”

慈溪市启达家具有限公司是一家专业生产木制家具的企业。“我们是全外销企业,去年的销售额在4300万元左右。国家一系列减税降费政策的实施,让我们有信心和底气去应对外部冲击。”会计范娟娣笑着说道,“公司去年应纳税所得额140多万元,从业人员144人,资产总额2300多万元。今年小微企业条件放宽后,享受到了所得税政策优惠,上半年就减免了近20万元。随着减税降费的开展,企业有了更大的利润空间。”

记者 周静 通讯员 胡梦姣 黄筱聪