

营销经典

星巴克的再一次革新：“精品咖啡体验”销售模式

“特级”、“独家”、“特制”、“小众”，星巴克不断地以新颖的消费理念来吸引顾客的眼球。近日，星巴克再一次革新了他们的商业模式。该公司计划在今年年底之前在西雅图首推他们的“精选咖啡体验”销售模式，即以“小批量”咖啡烘焙室和咖啡品鉴间组成的新型烘焙咖啡馆。

据星巴克内部人士透露，新推出的烘焙咖啡馆将以“互动”为主题，顾客们可以像在博物馆一样参观整个烘焙车间，同时还可以到咖啡品鉴间品尝公司为他们特别烘焙的小批量特种咖啡。这种商业模式将成为星巴克的新主流。该公司计划在 5 年之内将该理念全面投产，届时将覆盖全球 100 个不同的海外市场。

值得一提的是，星巴克将这次革新称为“第三次咖啡革命”，这是近年来在高端咖啡零售行业前所未见的。“第二次咖啡革命”即以销售高端高品质咖啡为主体，以质取胜，取代了之前以量取胜、以低端咖啡为主流的销售市场。而这次，星巴克将高举“第三次咖啡革命”的旗帜，旨在为顾客提供小批量、个性化定制的咖啡产品。

签约 NBA 安踏强化品牌口碑

邵蓝洁

过去的三个月，安踏从李宁、耐克、匹克手中抢走了体操队、举摔柔、NBA 三项重要资源。15 日，安踏与 NBA 中国签约，成为 NBA 官方市场合作伙伴和授权商。安踏董事局主席兼 CEO 丁世忠表示，将在一到两年内做到中国篮球用品市场占有率第一。在业内人士看来，想要在篮球市场反超同行并不容易。

8 月与国家体育总局体操运动管理中心正式签署合作协议后，9 月安踏又与国家体育总局举摔柔运动管理中心成功签约。与上述两项体育资源“举国体制”明显不同，篮球是一项大众运动。数据显示，截至目前，中国有 3 亿人参与和关注篮球运动，已经成为国内最受欢迎的团队运动。丁世忠介绍，此次与 NBA 中国合作，“有助于提升安踏篮球的专业度和影响力，增加消费者对安踏篮球的归属感”。此前有消息称，安踏此次赞助费为每年 2 亿元左右。

除了共同推广篮球运动外，安踏还将推出全系列、带有球队和联盟标志的安踏-NBA 联名品牌运动鞋和配件产品。这也是 NBA 首次授权中国体育用品公司使用联名品牌。安踏去年发布了注重性价比的“国民球鞋”战略，据安踏公司介绍，与 NBA 合作的联名商品仍将延续这一战略。丁世忠表示，安踏有望在两年内做到国内篮球用品市场第一。但也有观点认为，篮球市场上，既有高端产品阿迪达斯和耐克，也有大众产品匹克，同时中高端产品已经被李宁把持，安踏能否以平价篮球鞋突围还有待观察。安踏还同步公布了今年三季度同店销售数据及明年二季度的订货会表现，公告显示，安踏 2015 年二季度订货会订单金额同比出现低双位数的升幅。今年三季度安踏品牌产品同店销售增长与同比出现高单位数的升幅。

打通营销渠道

王思琪

《心花路放》将原有的互联网影视预售合作模式功能发挥最大化。通过猫眼电影打通线上线下，从上映前就通过独家授权进行网上渠道的电影票预售。

作为国庆黄金档的一匹黑马，由宁浩、黄渤和徐铮铁三角出品的《心花路放》票房一路狂飙。上映之前通过猫眼成功预售 100 万张电影票，从 9 月 30 日上映到 10 月 7 日黄金周结束，短短的 8 天内斩获 7.56 亿票房，成为大片云集的黄金档期最大赢家。而截至 10 月 9 日，其票房更已突破 8 亿。

《心花路放》票房飘红使其背后 PE 获利不少，目前看来，最大获利方为投资 1.25 亿元的北京摩天轮传媒文化股份有限公司，从而增厚其全资控股股东北京旅游本年利润。在模式上，《心花路放》将原有的互联网影视预售合作模式功能发挥最大化。通过猫眼电影打通线上线下，从上映前就通过独家授权进行网上渠道的电影票预售。网上购票占比更是超过总票房 50%。

北京旅游转投电影，利润增厚

而作为北京摩天轮的全资控股股东——北京旅游无疑是这笔买卖中最大受益方。

作为一家上市公司，北京旅游主营业务



对于星巴克而言，这次的改革是对顾客体验的一次重新定义，是公司咖啡零售板块的一次重要革新。星巴克现任 CEO 霍华德·舒尔茨先生表示，以咖啡烘焙室和咖啡品鉴间为主体的新型咖啡店将成为未来咖啡行

业的主流。“这并不是我们标新立异的结果，而是通过多年的经验积累所得出的结晶。”舒尔茨说道，“星巴克此次推出的‘精品咖啡体验’烘焙咖啡馆将改变特种咖啡的未来。我

自拍照的广告价值几何？

当你在微博或微信等社交媒体上贴自己的自拍照时，你或许只是为了向朋友或家人传达某一特定的信息，如自己新买的一件东西、自己的状态或心情，但要知道，这有可能会被商家拿去帮助他们搞营销，因为你的照片会透露你在何处、穿什么衣服、心情如何、周围有什么商品。

据估算，消费者每天分享大约 18 亿张照片，其中隐藏着关于消费者的兴趣和跟品牌有关的信息。对于自拍照的商业价值，Instagram 的官方网站对企业用户说得很清楚：“人们每时每刻都在 Instagram 上分享新的照片。借此，您可以通过 Instagram API 来创建引人注目的宣传活动。API 能帮助您从 Instagram 上抽取照片，并显示到您的网页或者应用程序中。”

你可能遇到过这样的事情：当你发一条微博抱怨某个品牌时，虽然你没有 @ 它的官方账号，它的账号维护者还是找到了你，客气地向你发出问候。这大概是因为他们会主动搜索提到了它们名字的微博。照片中包含的信息更多，而这是文字搜索发现不了的。现在就有了一些公司专门做图片识别，用软件扫描照片，确认图片中出现的商品标识、人物的表情和着装、照片拍摄的背景，这些数据可以帮助商家做市场调研、精准地投放广告。

通过分析照片，酸奶厂家可以确定，许多消费者会把酸奶盒子放在汽车内的杯架上，坐在仪表盘前吃东西。手袋厂家 Vera Bradley 会发现，他们的产品经常被用作成人仪式，被当做生日礼物送给 16 岁的女孩。通常，广告客户是按照人口统计数据来瞄准受众。如果你想吸引 14 到 18 岁的女孩，你就在播放《美少女的谎言》时播放广告。社交媒体出现后，寻找目标群体的方式



也会发生变化。

Ditto 实验室专门从事图片识别，其创始人说，他们的系统能够识别上万种主流的商标 logo，哪怕在照片中出现的商品有 80% 都是模糊的。他们跟 Tumblr 达成了 API 协议，可以爬梳该网站上的照片。它还可以进入 Twitter，通过照片能够获知，谁在使用它们的产品，如何使用的；其次，商家还可以了解竞争对手的情况；最后，还可以了解自己的商品跟其他什么东西有关联，消费者还对什么感兴趣。

扫描照片获得的数据还可以帮助商家直接针对消费者开展推广活动。比如，啤酒商如果想在某一个地区推广，Ditto 可以扫描 Twitter 上该地区用户饮用其他品牌啤酒的照片，然后直接向这些用户发送优惠券。Ditto 在网站上发布“每周趋势”，比如汽车类品牌关注度的动态，在五个汽车品牌中，某日系品牌关注度上升了 42%，某德系品牌下降了 41%。其他类别还有艺术品、

们打算将这种商业模式推广到世界各地，到那时星巴克将再一次转型升级，得以重生。”

作为星巴克的第一家咖啡零售店，位于西雅图的星巴克咖啡馆将在 2015 年底成为全球 800-1500 家咖啡馆的烘焙供应商，并为各家分店提供小批量烘焙的高端特种咖啡豆。按计划，该店将于两年之后改造竣工，届时，顾客们可以在面积超过 15000 平方英尺的烘焙车间体验星巴克为他们带来的激情与创意。

除上述商业模式以外，星巴克还计划推出快捷销售平台 (Starbucks Express)，旨在为顾客提供最便捷方便的咖啡体验。该公司表示，快捷消费平台的推出将进一步加大星巴克在城市地区的市场份额，同时帮助各家咖啡馆分担过高的咖啡零售压力。

按计划，星巴克将在 2014 年底在全球开设 1550 家分店，这个数字将在 2015 年达到 1600 家，其中包括了传统的星巴克咖啡店、“精品咖啡体验”烘焙咖啡馆和快捷消费平台。星巴克同时将在美国本土市场增开 300 家零售网点。

(热点)

服装、咖啡、化妆品、食品、餐厅等。

Ditto 提到，他们的客户有可口可乐、卡夫、尼桑等公司，据说，卡夫食品公司付钱给 Ditto，让他们在 Tumblr 和 Instagram 的照片上寻找他们的商品的 logo。Ditto 的软件能够侦测出消费者的行为，比如消费者在吃意大利面和奶酪时，喜欢喝哪种饮料，他们在照片上是否微笑了。

Ditto 还根据照片的背景给用户分类，有的是体育迷，有的是吃货。因为这种行为让人觉得“毛骨悚然”，所以卡夫很快就否认了这一说法。但不可否认的是，有些公司会觉得从消费者的自拍照中获取信息是一个不错的做法。现在，如果你拍照时手里没有拿着什么品牌的商品，你还不必担心你会成为品牌营销的目标。但是随着技术的进步，当你发布一张你在悬崖边的照片时，户外运动品牌就会发觉你是一个登山爱好者。

(第一财经日报)

国药准字H46020636

快克[®]

复方氨酚烷胺胶囊

请在医生的指导下购买和使用

海南亚洲制药股份有限公司生产

海南快克药业总经销

桌的你》票房成功，在电影出品上，摩天轮逐步放开手脚。从 2000 万元增长到上亿元投资仅用不到半年时间。

根据 30% 投资比例，山西证券预测北京旅游将从《同桌的你》中获利 5000 万元，加上《心花路放》8000 万，单靠投资电影，北京旅游净赚上亿元，超过 2013 年全年总营收。

10 月 9 日，北京旅游发布公告称，《心花路放》票房已经超过公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50%。

虽然电影投资营收还未纳入 8 月份出炉的半年报中，但从全年旅游行业亏损情况以及今年旅游业低迷程度可以预料，影视投资将是北京旅游今年主要营收来源。有业内人士预计，今年尝到了甜果，北京旅游下一年度可能会将资金更多放在影视投资上，从而带动其营收增长。

互联网思维介入

不同于以往电影，宁浩这次也终于尝试了一把彻底运用互联网思维做营销。

《心花路放》投资商中最为出彩的当属中国新首富马云旗下的阿里影业与联合出品方美团网。作为网上售票渠道市场份额最大占有者，美团网旗下猫眼电影在大片销售上颇具经验。“与《心花路放》合作模式主要是作为联合出品方对电影票进行预售，这个预售规

营销实战

三星暗嘲苹果 趁机展开 Note 4 营销战

吴辰光 曲忠芳

营业利润连续四个季度下滑的三星电子，又因在苹果 iPhone 6 Plus 上市之际大屏手机领域的优势被打破而压力陡增。据北京商报报道，近日，三星趁着苹果 iPhone 6 Plus 陷入“弯曲门”风波，发起新一轮营销战反击苹果，为旗舰机型 Note 4 销售造势。

趁机展开营销战

近一段时间以来，关于苹果 iPhone 6 Plus 机身易发生弯曲变形的舆论甚嚣尘上，这给其竞争对手三星电子提供了可乘之机。三星发布了一段产品掉落测试视频，强调其 Note 4 坚固耐用。其中一项测试是，Note 4 从不同的高度随机掉落，以随机角度摔落在金属地板上。这被视为三星电子发起的新一轮营销战。

事实上，苹果与三星两大智能手机巨头的比拼日益激烈，产品营销领域的火药味也持续浓烈。此前，在“冰桶挑战”风靡全球社交网络之时，三星 Galaxy S5 作为参加活动的首部设备，发起并完成了冰桶挑战，同时向苹果 iPhone 5S 发出挑战邀请，博取了不少眼球。无独有偶，而在苹果 iPhone 6 和 iPhone 6 Plus 刚发布之际，三星电子用苹果前 CEO 乔布斯的一句言论“没有人会买一部大屏手机”来嘲讽苹果涉足大屏机。

有观察人士指出，广告营销战在科技行业巨头的竞争中越来越常见，不过其作用只是提供话题，产品的真正比拼还要拿到市场上，看用户更买谁的账。

寄望 Note 4 止跌

三星电子一系列嘲讽竞争对手行为博得了业界眼球，但却难掩其营业利润持续下滑的现实处境。就在前不久，三星电子发布了 2014 年三季度业绩预告，该公司三季度运营利润将同比下滑 59.7%，降至 4.1 万亿韩元（约合 38 亿美元），这也将是三星连续四个季度出现运营利润同比滑坡。

需要指出的是，担纲三星营收主力的 Galaxy 智能手机销量增长放缓已持续了几个季度。一方面是智能手机整体步入成熟期，用户对 Galaxy 手机的新鲜感丧失，另一方面 Galaxy 系列新产品在功能上缺乏足够吸引人的亮点，再加上中国厂商大量中低端产品的冲击，在这种情况下，三星将止住利润下滑态势的希望寄托于 Note 4 身上。

虽然三星在 Note 4 旗舰机的推广上花费了较大力气，如砸重金投放广告、线下体验活动等，但 Note 4 能否在市场上发挥出扭转战局的威力还是个未知数。

自身短板待解决

种种危机的背后，三星电子长期以来在“软”的方面的应用生态短板暴露无疑。佳融行业分析员研究指出，三星电子之所以业绩步入滑坡，根本症结在于产品布局上过分倚重硬件销售，在软件应用方面缺乏建树。

过度依赖硬件，使三星电子的创新更多地集中在硬件配置及功能升级上，实际硬件的创新很容易被跟进，甚至被取代，而且在移动互联网时代，硬件制造门槛不断降低，利润也在压缩。

从市场发展的趋势来看，科技巨头越来越演变为生态链的较量，包括苹果、亚马逊、谷歌、微软都在构建自己的生态系统，打通用户应用的各个场景，实现互联互通，从而形成一个生态闭环。软硬兼施，越来越成为科技巨头普遍采用的战略，而且软件应用也越来越成为科技巨头营收的重要组成部分。

模式是空前的，在电影上映前半个月就开始了。”猫眼电影公关杜小姐向理财周报记者介绍道。

从 9 月 15 日开始到 22 日点映，短短 7 天时间，《心花路放》售出电影票 100 万张。如此既增强剧组信心，也直接影响了黄金档期的影院排映和观众口碑。根据艺恩网统计数据，10 月 1 日到 9 日，《心花路放》在全国影院排片率均达 36% 以上，大大超过同期其他影片排片率。

《心花路放》探索出电商与影视的新型合作模式，除了单纯的线上线下融合之外，电商企业还能作为出品人参与到电影制作中。而互联网本身也能从此获利，据上述猫眼电影公关杜小姐透露，截至 10 月 9 日，通过猫眼售出电影票已达 3 亿元，接近总票房 50% 占比。

作为目前国内最大电影票销售平台，猫眼仅今年上半年贡献的票房就超过 17 亿元，预计全年贡献票房将会突破 60 亿元。

而另一个互联网企业阿里影业则作为战略合作伙伴进行投资，以旗下产品娱乐宝与淘宝电影对电影进行宣传。

阿里影业前身是香港上市公司文化中国集团。今年 6 月，阿里巴巴斥资 62.44 亿港元收购其 60% 股权收购，并将其更名为阿里影业。目前拥有周星驰、陈可辛和王家卫一众导演的投资优先权。

并购完成后，阿里影业迫不及待完成其电影投资处女作，包括《心花路放》、《亲爱的》两部电影，总票房已经超过 10 亿元，可以预计，阿里获利将有上千万。