

用感情当产品的附加值,只要有足够的粉丝,卖什么都不愁

“粉丝经济”的商机能烧多久?

专家提醒,偶像崇拜的再生产过程,疏于创造,是一种懒惰的商业逻辑

本报记者 赵剑影

自从选秀进入巅峰时期,不少嗅觉灵敏的商家就开始盯上“粉丝经济”这块肥肉。围绕粉丝产生的各种赚钱产品应运而生:粉丝网、粉丝杂志、俱乐部、演唱会……这些产物让不少人在选秀巅峰期狠狠赚了一把,但随着互联网时代的兴起,新的模式已经开启……

选秀热潮过后老营销手段衰退

“选秀刚时髦的那几年,我大概花销超过3万多元,年均至少1万元。”某明星歌友会河南分会的会员“小喵”对记者说,“如果你喜欢一个明星,但不肯为之花钱,根本就算不上一个真‘粉丝’。”

“小喵”说自己的主要花销集中在偶像演唱会、相关的CD购买、粉丝见面会、印刷品杂志等。最花钱的是全国各地追星的路费和住宿费。对经济较宽裕的“粉丝”来讲,随明星到全国各地演出,为明星送行、接机,都是令他们兴奋不已的事。“那几年跟着歌友会去了

上海、四川、广州等城市,旅途开销总计1万元左右。”

“那的确是个挣钱的好时代。只要和偶像沾边的东西都赚钱。照片、海报、书签等,只要印上明星照片,都能一抢而空;组织几个选秀歌手组成一个小演唱会,也能让粉丝们抢票。但2008年以后,钱就没那么好挣了。”在北京帮丈夫打点演出生意的苗宸告诉记者,2005年经办的一场小型超女演唱会,当时门票价格被炒得翻番。

“我们的公司也就是那会儿发展起来的,从几个人的工作室到几十个人的小公司。”但两年以后,苗宸丈夫的公司却因为举办另外一场选秀歌手演唱会亏损了几十万元。“当时和我们一起做这生意的,现在都转做别的了。”

对于这个变化,“粉丝小喵”也有明显的感觉——近年来花费减少了很多,“演唱会少了,最多也就买CD和参加粉丝活动的花销了。”

互联网时代职业粉丝等级分明

依托旧的模式不能挣钱,就催生了新的

“生钱”手艺。在互联网时代,新的粉丝经济正催生出职业粉丝。

来自北京的“小锤子”是位不折不扣的“职业粉丝管理者”。在他掌握的职业粉丝中,有着严格的等级之分。

最基础的招募员一般穿着统一的服装,佩戴相同的LOGO,在各大娱乐活动现场为自己的偶像举海报,尖叫呐喊造势。他们每人每场可拿到相对较少的报酬。如果活动多,一个月下来也能有几千元的收入。

而更高一级的职业粉丝的中间阶层主要负责在网上各大社区为偶像发支持帖,往娱乐媒体投稿等业务,收入相对稳定。

“我一般领导活动,收入来自于商家的赞助。”“小锤子”对记者说,“其实所谓的粉丝,就是针对某固定IP(明星概念)的用户群体。此IP的特点要符合粉丝经济的需求,产品有一定的个性和特色。没有特色的产品很难打动用户,也无法让粉丝向路人推广。推广过程必然也有部分相似性,产品的初次推广因为个性化的原因,不适合向大众群体做推广,但

是核心用户即核心粉丝的定位效应一定要好,一下抓住核心用户的心。”

“和传统的刷榜方式不同,粉丝的自推广环节就是粉丝在产品的推广周期的巅峰处配合产品本身的出击,和路人形成互动从而完成拉路人关注产品的过程。”一家专门做粉丝产品推广生意的负责人告诉记者,只有产品拉到一定数量的用户,才能完成粉丝的自推广环节,形成话题点。此后还要持续不断的推出新话题,拉动潜在用户形成新的粉丝。

粉丝经济能否转化成财富入口?

移动互联网状态下,粉丝经济日渐蓬勃。似乎只要有足够的粉丝,即便你卖什么都可以销路不愁。但概念炒作出来的粉丝经济真能转化成财富的入口吗?

“粉丝经济事实上在用感情当产品的附加值。在粉丝经济中,产品本身的质量好坏不再重要,消费者掏钱并不是为了商品本身,而是为了支持偶像。”“小锤子”告诉记者,从这

个角度上来说,粉丝经济算是一种非理智型消费。

“粉丝经济产品的特点是对于产品卖点,有很高的要求,早期要吸引眼球并击穿用户心理的能力,即兼顾个性化的同时,产品不存在短板。另外有利于粉丝圈扩大的包容能力,过于小众无法发挥的题材也是有问题的。”上述从事粉丝产品推广生意的负责人说,“如果一款产品想做成功,还要求产品本身经得起考验,无什么‘黑历史’。另外,好的节奏设计会让效率加倍。”

另一位业内人士向记者坦言,如果想在留住老用户的基础上吸引新的粉丝,形成持续不断的用户黏性,需要不断用传统手段+粉丝群体宣传进行迭代。“唯有如此才能让大部分粉丝和社会大量跟风用户受召唤而来”。

对此,同济大学文化批评研究所张念提醒,偶像崇拜的再生产过程,疏于创造,是一种懒惰的商业逻辑。识破了这一逻辑,粉丝们也许会更明智、更理性。

本报北京6月1日电 (记者王冬梅)今天,全国迎来第15个“安全生产月”,“安全生产万里行”也全面展开。

依据国务院安委会办公室的安排部署,全国各地将围绕“强化安全发展观念,提升全民安全素质”主题,在“安全生产月”期间广泛开展安全发展主题宣讲、“6·16”全国安全生产宣传咨询日、“守护生命”安全知识大赛、“安全发展忠诚卫士”演讲比赛、安全文化精品博览会、事故警示教育等安全生产宣传教育活动。

全国迎来第15个“安全生产月”

安全生产万里行活动也全面展开

活动期间,各地区、各有关部门和单位将深入开展“百名部(省)长论安全发展”“百名企业家谈安全生产”“宣讲团下基层宣讲”等活动,着力推动全社会牢固树立安全“红线”意识和安全发展观念,并通过安全文化精品博览会、安全知识大赛和演讲比赛等活动普及安全知识技能,提高安全文明素质,激发安全发展正能量。

贯穿全年的“安全生产万里行”活动也将在前段工作基础上,在6月全面展开,全国各级媒体将围绕安全隐患曝光、典型经验、科技强安、应急演练、身边隐患随手拍等主题进行采访报道,切实发挥万里行宣传、采访和督导“三位一体”作用,为遏制重特大事故频发势头,保持事故总量继续下降趋势奠定坚实的社会基础。

散热器行业首发“铜佳品质标识”

本报讯 (记者北梦原)5月31日,由国际铜业协会和中国建筑金属结构协会采暖散热器委员会共同主办的“铜佳品质标识”散热器行业首发新闻发布会暨授权企业颁奖仪式在京举行。

据国际铜业协会市场总监高屹峰介绍,“铜佳品质标识”在家电和散热器行业中的应用,将推动行业为消费者提供更多“安全、高效、可靠、美观”的产品,倡导企业敢于明示产品材料信息,引导消费者科学认知,理性消费,主动保护消费者的知情权益。发布会上,森德(中国)暖通有限公司等4家企业获得“铜佳品质标识”授权证书。

童装绳带有安全隐患

本报北京6月1日电 (记者杨召奎)国家强制性标准GB31701-2015《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》今天正式实施,该标准要求婴幼儿及7岁以下儿童服装头颈部不允许存在任何绳带。但中消协今天发布的《部分婴幼儿及儿童服装商品评测报告》显示,在从实体店随机购买的40件童装样品中,有18款的绳带设计存在安全隐患,主要存在童装绳带过长、背部绳带伸出、婴幼儿服装的头颈部有绳带设计等问题。

中消协有关负责人指出,因儿童善动且安全意识薄弱,童装帽子或颈部的绳带容易钩住娱乐设施,导致恶性事故,大多数此类事故发生在滑梯上,拉绳会使衣领紧紧地缠绕脖子,导致儿童窒息。

沪昆高铁实现“黔滇握手”

本报讯 (特约通讯员陈聪 通讯员赵忠航)5月31日下午,沪昆高铁贵州西段最后一段500米长钢轨顺利铺设至中铁二十二局承建的何家地大桥段,至此沪昆高铁贵州段与云南段成功实现“黔滇握手”,为下半年联调联试和通车运营奠定了坚实基础。

目前,沪昆高铁上海至贵阳段已实现通车,仅剩贵州段尚未开通,中铁二十二局担负施工任务的12标段位于云贵高原腹地六盘水境内,该标段桥隧比87.2%,是全线难度最大、风险最高的“卡脖子”区间。

自进场以来,该局坚持标准化管理,从工厂化入手逐步推进信息化、机械化建设,创新多项新工艺工法,保证了项目的顺利进行。



PMI显示制造业生产稳步增长

本报北京6月1日电 (记者赵剑影)今天,国家统计局公布5月份制造业采购经理指数(PMI)显示,我国制造业生产稳步增长,企业采购活动有所加快。5月份制造业生产指数为52.3%,连续3个月在52.0%以上。

国家统计局服务业调查中心高级统计师赵庆河表示:“高耗能制造业PMI落至临界点以下,去产能进一步取得成效。在生产持续扩张的带动下,企业采购意愿有所增强。结构调整稳步推进,高技术产业和消费升级相关制造业继续保持扩张态势。高技术制造业和消费品制造业持续高于制造业总体水平。”

同时,随着原材料价格涨幅回落,市场需求依然偏弱,制造业增长基础仍不稳固。

“从最近两月PMI指数走势来看,经济走势底部形态已基本形成,下行空间明显缩小,回升动能正在积聚,呈盘整蓄势的基本特点。当前经济运行总体平稳,稳中有喜、稳中有进基本态势没有改变。”中国物流信息中心专家陈中涛说。

“推进供给侧结构性改革,加快传统行业去产能过程,促进市场供需新平衡,是保持经济平稳运行的关键。”陈中涛表示,当前经济运行当中值得关注的是,随着市场形势有所好转,传统行业过剩产能释放,生产加快,供给压力加大,市场供需矛盾又有所突出,对经济运行中的不稳定因素应予以注意。

行动计划指出,虽然我国能源科技水平有了长足进步和显著提高,但与世界能源科技强国和引领能源革命的要求相比,还有较大的差距。一是核心技术缺乏,关键装备及材料依赖进口问题比较突出。二是产学研结合不够紧密,企业的创新主体地位不够突出。三是创新体制机制有待完善。四是缺少长远谋划和战略布局。

行动计划明确了能源技术创新的15个重点任务:

一是煤炭无害化开采技术创新。2030年实现智能化开采,重点煤矿区基本实现工作面无人化,全国煤矿采煤机械化程度达到95%以上。

二是非常规油气和深层、深海油气开发技术创新。2030年,深-超深层油气资源有效开发,勘探开发深突破8000米领域,形成6000-7000米有效开发成熟技术体系。实现深远海油气田工程技术有效开发达到4000米水深,深海油气勘探、钻井以及开发生产关键技术创新与装备完全国产化。

三是二氧化碳捕集、利用与封存技术创新。研究二氧化碳低能耗、大规模捕集技术,建设百万吨级二氧化碳捕集利用和封存系统示范工程。

四是先进核能技术创新。开展深部及非常规铀资源勘探开发利用技术研究。推进快堆及先进模块化小型堆示范工程建设,实现超高温气冷堆、熔盐堆等新一代先进堆型关键技术与装备完全国产化。

五是大型风电技术创新。研究适用于200-300米高度的大型风电系统成套技术,研发100米级及以上风电叶片。

六是氢能与燃料电池技术创新。2030年实现大规模氢的制取、存储、运输、应用一体化,实现加氢站现场储氢、制氢模式的标准化和推广应用;完全掌握燃料电池核心关键技术,建立完备的燃料电池材料、部件、系统的制备与生产产业链,实现燃料电池和氢能的大规模推广应用。

其他9个重点任务包括:煤炭清洁高效利用技术、高效太阳能利用技术、乏燃料后处理与高放废物安全处置技术、高效燃气轮机技术、先进储能技术、现代电网关键技术、能源互联网技术、节能与能效提升技术,以及生物质、海洋、地热能利用技术等方面创新。



营改增全面推开后迎来首个纳税申报期

6月1日,在福建省福州经济技术开发区国税局,工作人员为福建自贸区一家台资企业代表办理营改增申报业务。

当日是营改增试点全面推开后首个纳税申报期,这标志着全面营改增试点进入第二个阶段。据福州市国税局介绍,本月营改增申报期限延长12天至6月27日,纳税人宜尽可能上网办理申报、申领发票。

新华社记者 宋伟 摄

●记者来信

根治剧毒废液“以邻为壑”需补上产业欠账

新华社记者 巩志宏

近年来,剧毒工业废液等危险废物异地非法倾倒案件逐年增多,并呈发达地区向欠发达地区、城市向农村跨区域、规模化、团伙化转移趋势。非法倾倒废液“以邻为壑”,不仅使事发地付出了巨大的执法、修复成本,而且给当地地下不可估量的生态隐患。

河北安平县公安、环保部门日前联合查处一起向滹沱河非法倾倒工业废液案件。经取样检测,倾倒的废液PH值小于2,COD为623mg/L,总铬值为47.4mg/L,属于具有强腐蚀性的危险废物并含有一类重金属。经调查,估计已有数千吨废液排入河道。

安平案件不是个例。据河北公安部门分析,近年来河北查处的非法倾倒、处置危废案件中,70%以上为跨区域倾倒、处置,涉及北京、天津、山东、河南、江苏、广东等省市。而云南、浙江、安徽等多个省份近年也曾发生危废

异地倾倒污染事故。

危险废物异地随意倾倒,给事发地埋下隐形“生态炸弹”。一些市、县环保工作人员告诉记者,由于城市排水管网没有实现雨污分离,不法分子随便找一条沟渠倾倒,废液直接进入城镇污水处理厂,对其正常运行造成影响,有的超出处理能力只能污水直排。更重要的是,废液随意倾倒,对当地地下水、土壤等造成的污染难以测算。

异地倾倒案件频发的原因,一方面是具备处置资质企业处理费用昂贵,至少是非法处置费用的几十倍甚至上百倍,一些不法企业受利益驱使铤而走险。另一方面,随着打击力度加大,这类案件呈团伙化犯罪趋势,形成组织严密的黑色产业链,就安平查处案件来看,犯罪团伙成员多达上百人、涉案车辆20多辆,从废液收集、转移到倾倒都有专门人员负责,各司其职、互不知情,增加了查处打击难度。

近年来,我国加强了危险废物污染防治工作,一些省还出台了地方防治条例,加强危险废物经营许可证审批、跨市转移审批等制度落实。但异地倾倒危废案件频发,却暴露出目前危废跨界转移管理制度上仍存漏洞,不法分子仍有机可趁。

记者采访的专家及基层工作人员认为,要解决危废转移和倾倒环境违法行为发生,需进一步加强监管与打击力度,完善跨界转移相关制度。并建立环保、公安等部门联合监管执法机制,明确危废跨界转移审批管理中的分工和责任。

最重要的是,在地方产业规划中,将污染产业与后续循环处理产业衔接起来,提高危废的就地就近处置和综合利用能力,做到标本兼治。由于历史原因,不少地方形成了较为集中的冶炼、化工、皮革等污染产业,单项污染量大,后续产业却跟不上、当地处理能力有限。要根本解决危废异地倾倒问题,补上产业“欠账”事不宜迟。

(新华社石家庄6月1日电)

贵州积极推进天然气支线管道建设

6月1日,施工人员在敷设天然气管道。当日,贵州省重点工程——六枝特区至水城县天然气支线管道工程正在紧张有序地施工中。据悉,该工程属于贵州省规划建设的主要天然气支线之一,全长102.8公里,总投资约4.7亿元,预计2016年9月30日前竣工。截至目前,该工程已完成管道焊接80公里。

项目建成后,每年可向六盘水市供应4.8亿立方米的管道天然气。

新华社记者 欧东衢 摄



本报社址:北京市东城区安德路甲61号 邮政编码:100718 定价:全 年 294元 每季 73.5元 每月 24.5元 零售:逢 4 版 0.44元 逢 8 版 0.87元 广告经营许可证 京东工商广字 0184号 上期(北京)开印时间:3:00 印完时间:4:30