

吸引低频和新消费者

跨界合作成商家揽客新趋势

业内人士表示，商家通过多年深耕把能挖掘的目标用户基本纳入囊中，但消费者总有枯竭的时候，这时找一个不同领域的商家合作，分享彼此的客户群和市场份额，很大概率能实现双赢。

本报讯（见习记者 姜天瑶）随着大数据的应用场景增加，商家对高频消费者越来越了解的同时，如何出招吸引低频及新消费者成为当务之急。不少商家选择跨界合作，通过新业态和新玩法，拓展市场份额。

深挖非重合消费群

业内人士表示，商家通过多年深耕把能挖掘的目标用户基本纳入囊中，但消费者总有枯竭的时候，这时找一个不同领域的商家合作，分享彼此的客户群和市场份额，很大概率能实现双赢。

如近日肯德基与女性手游《恋与制作人》合作，推出“邂逅白色情人节”的活动，日前上线了全新的“恋与明星餐”。即日起至3月25日，非早餐时段购买《恋与明星餐》即可获赠《恋与制作人》游戏闪卡一张。闪卡共4款，随机发送，全国限量120万张，消费者使用闪卡可以随机抽取《恋与制作人》游戏中1-5章星河许愿券。此外，肯德基在部分店面中增加了《恋与制作人》中4个人气角色的立绘和其他陈设，带来新鲜感。肯德基还在App及天猫旗舰店预售“恋与肯德基礼品卡”。

据了解，《恋与制作人》于去年底上线公测，一个月内安装量就突破了700万。

此后有数据显示，该游戏日活跃用户数量超200万，月流水在2亿-3亿元之间。这款游戏因为满足女性玩家的心理需求与填补细分市场空白而成为爆款。

数据显示，《恋与制作人》的玩家以年轻女性为主，而西式快餐高频消费者以青少年、男性为主，双方重合度不高。此次肯德基和《恋与制作人》的跨界合作不仅吸引了非重合消费群，还吸引了大量ACG爱好者的关注，不少游戏网站及论坛都发布了这款肯德基闪卡的获得及使用办法，也是一波免费宣传。

同样将目光瞄向ACG爱好者的还有优衣库。优衣库将在4月与日本漫画杂志《周刊少年Jump》合作推出动漫主题T恤。T恤上的图案来自《火影忍者》《海贼王》《龙珠》《猎人》等知名作品。这批T恤将于4月中旬在日本上架，并极有可能引进中国。在张江工作的李先生向记者表示，他和小伙伴已持续关注这批“热血T恤”很久了，并计划第一时间通过海淘购买。

吸引关注促进知名度

除了挖掘非重合客户群，跨界合作同样会引发关注度。哔哩哔哩(B站)就通过跨界合作新开了运用哔哩哔哩主题元素的罗森便利店和Costa咖啡店，并成功

成为小资消费者的热门打卡地。

便利店和咖啡馆均位于B站总部大楼楼下，整体设计以B站用户熟悉的蓝白色调呈现，从店内装饰、员工制服到外带纸盒均为特殊定制。便利店里B站代表角色“小电视”被任命为主题便利店店长，22娘和33娘还担任起了收银员。不少喜欢B站的用户纷纷前往探店并合影留念，外地的粉丝们还在弹幕中呼吁主题店能开到自己的家乡去。

“未来我们也计划在这里举办UP主的小型活动，拉近和用户之间的距离。”B站负责人表示。

Costa和B站合开主题咖啡店是看中二次元消费市场，Costa自身年轻化营销转型和提升消费体验的跨界经验，也是促成这次B站主题咖啡馆诞生的重要原因。此前Costa与阿里云合作，在杭州开了两家程序员主题咖啡店，不仅提供以阿里云的飞天系统Apsara命名的定制咖啡“Apsara Coffee”，店面装潢也充满了科技和极客元素。

消费升级趋势下，Costa也在尝试将更好的咖啡消费体验带给年轻消费者。“让更多的人爱上好咖啡是Costa的品牌目标，对于面向不同消费者的品牌跨界合作，我们秉承着开放的心态。”Costa负责人表示。

金桥商圈配套服务获得好评

本报讯（见习记者 姜天瑶）近日，上海市消保委披露了上海部分主要商圈消费者服务满意度调查结果。本次调查从“品质消费”的角度出发，联合上海社科院社会调查中心以及上海迪博大数据研究所一同开展，选取以市区为主的27个商圈为样本，通过问卷调查、拦截访问和重点访谈等方式，由消费者对商圈的总体满意度、商圈服务、商圈硬件的满意度以及相应细化的32个指标进行打分。

本次调查消费者总体满意度较高，投诉率较低。从商圈服务满意度来看，得分最高的是淮海中路商圈。从商圈硬件满意度来看，得分最高的是南京东路商圈和

豫园商城商圈。从商品或服务的折扣力度来看，得分最高的是中环真北商圈和长寿路商圈。

此外，洗手间、母婴室、停车场是商圈的重要配套服务。调查中，由消费者对这几项指标分别打分，得分最高的商圈是浦东金桥商圈，这与该商圈服务周边高档社区的功能定位密切相关。在访谈中，不少消费者表示，相比起各类商场促销活动，改进洗手间、增加母婴室的服务质量并没有被多数商圈重视起来。消费者在洗手间、母婴室、停车场等地虽然逗留时间不长，但设施质量如果不能满足需求，就会影响到消费者对商圈的整体评价。

佳士得伦敦夜拍成交额创欧洲纪录

本报综合消息 在日前举行的佳士得伦敦战后及当代艺术晚间拍卖上，佳士得再创辉煌佳绩，成交总额高达1.37亿英镑（约人民币12.052亿元），一举创下欧洲有史以来战后及当代艺术单场拍卖的成交纪录。

在这场全球首场战后及当代艺术最重要的晚拍中，佳士得拿出65件拍品，包括安迪·沃霍尔、杰克逊·波洛克、弗朗西斯·培根、让·米歇尔·巴斯奎特等艺术家的代表作。共成交60件，成交率高达92.3%，斩获了1.37亿英镑。

当晚的最高价拍品为安迪·沃霍尔作于猝死前数月的珍贵作品《六幅自画像》，以2262.125万英镑顺利易主，折合人民币为1.98亿元。

除《六幅自画像》外，当晚还有3件作品的成交价超过1000万英镑。尚·米歇尔·巴斯奎特作于1982年的标志性作品《多口味》以1204.6万英镑成交，彼得·多伊格描绘雪景的作品《查理的宇宙》以1092.12万英镑成交，紧随其后的是弗朗西斯·培根的作品《三幅肖像画习作》，最终成交价为1000.87万英镑。



“二维”天地 “码”上加入
咨询热线: 021 68540066-8016

中国邮政储蓄银行 上海浦东新区分行
POSTAL SAVINGS BANK OF CHINA

邮学贷

让现实离梦想近一点

最长可贷12个月/最高8000元/月利率最低0.75%

助学圆梦 / 诚信校园

联系方式:

021-58012389

021-35966348

扫码下载 APP



广告