

有史以来,能够引领消费者跟随的绝不是顺从和感动,商业的未来最终属于创造者和颠覆者。100多年前,亨利福特的汽车实现了人们“想要更快的马”的愿望;几年前,智能手机满载的APP软件让24小时血拼顺理成章;眼下,百度展现的人工智能技术让人惊呼AI时代并不遥远……

未来正在发生,在那些高瞻远瞩的商界人士为80后、90后甚至00后消费者们构建出的新消费时代中,总有一些共同点值得标记,比如个人信用消费、品牌人格化后的情怀贩售、创新产品勾勒出的新世界……在这些先行者共同勾勒的圈子里,孕育着更为蓬勃的生命力。

现代快报记者 何玥珉

新消费时代

谁在贩售情怀

信用消费

这是一个看脸的时代

内心戏:摔!这个看脸的世界还能好么?

这两天,某宝的“十年账单”在朋友圈中刷屏,有人惊觉已花了一套房子的全款;还有人面对“壕友”晒出的600万账单深感“土豪就是任性”。在大数据的整合下,“剁手族”的十年人生浓缩成了一幅图表,“时间和金钱一起私奔了”。

吸引商界人士郭敏的是“我去2024”图表下的那行小字:“未来,信用将等于财富!”其实,现在已是“看脸”的时代——个人信用成为一个不断被发掘的金矿。

在中国人民银行征信中心网站上,已经提供个人信用的登记与查询服务。这一平台收录了个人在金融体系的信用记录。还不断增录包括“话费记录”等其他项目。南京一银行个人信用卡审核有关负责人透露,在核发信用卡时,以上信用记录是重要的参考。“因为个人信用违规而不能发卡的情况非常常见。”

个人信用正通往变现的路上,当苹果6面世,运营商中国电信以余额宝里的资金做担保,每月按时支付保底消费即可。某东给信用上佳的用户打出了“购物白条”,某宝可以给资深会员先行退货款……引领新鲜生活体验的商界永远不缺敢于第一个吃螃蟹的人。

好消息是,根据此前国务院办公厅发布的《国务院机构改革和职能转变方案》,我国将于2015年出台并实施以公民身份证号码为基础的公民统一社会信用代码制度。

消费升级

品质生活正在到来

内心戏:前方高能,非战斗人员迅速撤离。

海淘族成就了2014年的“黑色星期五”。有统计数据显示,互联网跨境支付交易总量同比增幅高达两倍。甚至有消息显示,在“黑色星期五”开幕当天,一些美国商家接到的中国用户网络订单量,甚至比日常激增100倍。显然,价格不再是决定购买的第一要素。品质成为最终成交的关键。

在移动互联网时代,50后到00后同为数字移民,他们是SoLoMoMe(社交、本地、移动和个性化)消费群。其中,支撑消费中坚力量的80后、90后、00后们,出生于安定繁荣的经济时代,有着更开阔的视野和更开放的心灵,体验和感受远远重于价格。

当然,在围绕“一分钱一分货”价值做曲线波动的经济市场上,消费升级最终的显现指标是价格的提升。相比之下,在超市排长队去买便宜鸡蛋的父辈显然已经“凹凸”了。

既然这个群体并不吝于多掏几块钱选择更好的矿泉水,也愿意多花数万元购置更高端的汽车,那对于各大品牌而言,成为80后到00后的优质生活方式的组成部分,是市场竞争的终极意义。如何持续创新,以抓住这一全球增速最快的市场的主力消费人群,也成为一个个巨大的命题。比如,为了赢得这个群体的青睐,不少奢侈品品牌在今年先后推出了“入门级”产品。

贩售情怀

聚焦feel的消费力

内心戏:我书读得少,你不要骗我!

上周末,许巍的《蓝莲花》在五台山体育馆上空响起,几乎座无虚席的场馆印证了情怀的消费力。此前,《小时代》、《后会无期》等超过5亿的票房也是“情怀”营销成功的铁证。虽然,立意贩售情怀的“锤子手机”打破了“不降身价”的承诺,但这也未能阻挡住那些看着“情怀标签”就不由自主掏出的钱夹子。

在文化营销的时代,“情怀”异常火爆,从手机到肉夹馍,从电影到互联网平台,几乎成了“小苹果”的旋律。

并非每一场关于情怀的吆喝都能赚得盆满钵满。如《大话西游》10月底重登院线,重映10天,贩卖情怀只值2500万。

但情怀终究还是不同的,品牌人格化填满了一些人空荡荡的内心,由此扎堆的小圈子温暖了不少孤寂的灵魂。如豆瓣的慢公司聚集起了爱书爱电影的文艺“奇葩”能让人耳目一新。“江小白”的一杯白酒也轻轻拨动了漂一族内心深处最伤感的那根弦。

在商品如此丰盛的时代,我们能够记住的LOGO却越来越少。“面对同质化,用户已经从购买物品进化为购买意义,要满足想象。”北京大学电子商务总课题组江苏中心主任骏君举例,同样是吃饭,70后吃的是饱,80后吃的是好,90后吃的是feel,这或许从侧面解释了“情怀营销”为何如此流行的原因。“然而,只有情怀是没用的,产品能不能打动用户很关键。”

商业创新

深度发掘用户需求

内心戏:乔布斯说:“Stay hungry, stay foolish.”

拿出工匠的精神去做产品,才能最终打动用户。从这一角度来看,创新永远不会过气。

对高新企业而言,创新是竞争利器。近日,一份在网络上广泛流传的榜单让更多的普通人直面科学技术的发展。榜单显示,有企业致力于使机器更自如地飞行,有企业让机器代替你航行甚至完成更复杂的事务,而更有企业直接把可穿戴设备放到你眼前,让你清楚明白,机器捕捉分析人的行为远远比人自身更高效。

比较而言,传统行业中的创新因为立足当下而更令人眼前一亮,在专业人士看来,对传统行业的改造,恰恰是产生下一波领袖级公司的机会。

南京鹏欣水游城总经理孙旭东选择一年中的6、7个节点,为在购物中心内购买商品的消费者提供免费包邮服务,赢得了消费者的口碑传播;e袋洗把“一袋”作为定价单位,打破以“一件”计费的行业惯例,这意外唤醒了顾客本容易沉寂的潜在需求;海底捞在用户体验上不断尝试新元素,门店吃货扎堆也就不算是稀奇事;青番茄让图书馆和咖啡屋产生了亲密的互动,让更多人享受阅读便利。

传统行业的变革证实了一点,创新并非只是高科技,它最基本的属性是改变——源于使一切事物变好的动力,这才是所有创新者的共同力量源泉。

快报征集令

品质生活·一步之遥

岁末,商业消费专刊打造了大型的高端品牌特别推荐活动,“品质生活”就是我们的主题。在很多人看来,品质生活没有绝对的界限,有人说,品质即为精致,也有人说,品质生活是让生活呈现出艺术的特征,反映出人对生活的热爱和品位。那么

如何将这种品位在镜头之下演绎出来,那就要看你的了——一个具有丰富知识、见识和敏锐观察力的摄影师!

如果你是一位摄影爱好者,如果你对我们的活动非常感兴趣,那就加入我们吧。

报名方式:

1. 下载“快报云媒”在活动板块点击“快报征集令品质生活摄影师”
2. 拨打热线96060报名
3. 关注“败家娘们儿诊所”回复“摄影+手机号”

