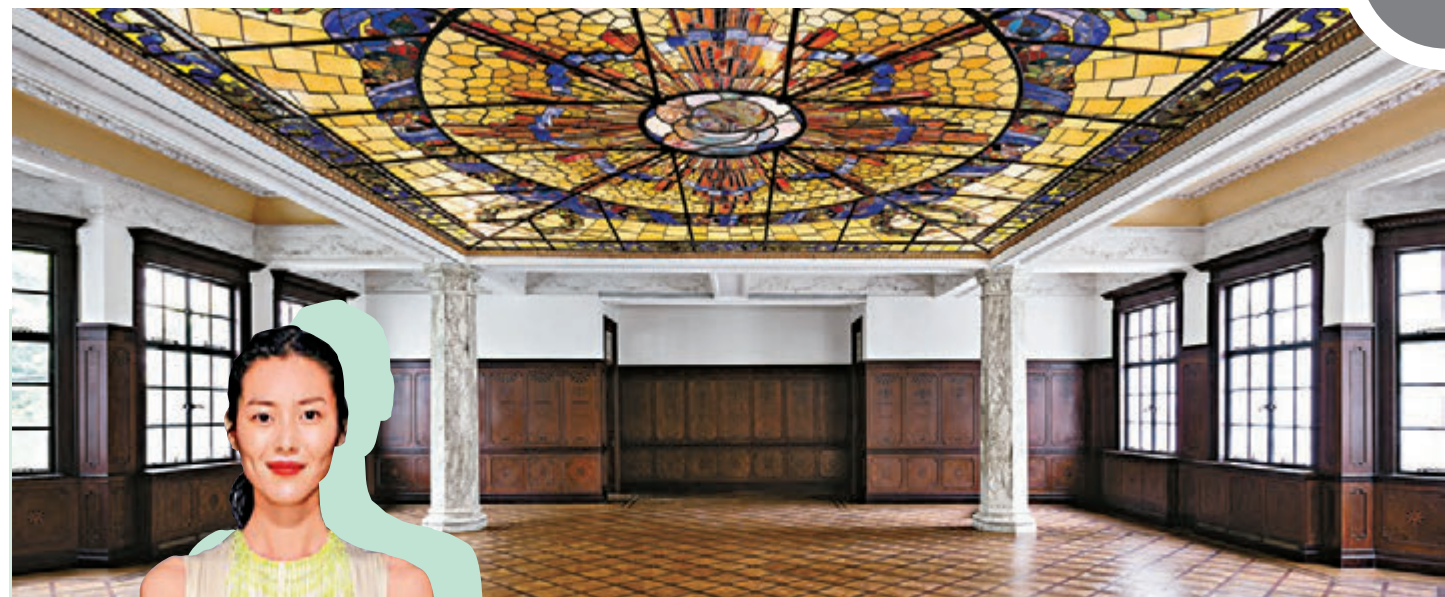


番茄炒蛋，最低調樸素的中華料理；2445萬，遠超《王者榮耀》的微信指數。能把這兩者聯繫在一起的是11月2日午夜一則刷爆朋友圈的招商銀行廣告。其主打的親情牌雖然套路熟悉，但還是賺到不少眼淚。不過也很快掀起一波批評聲浪，有人指摘其內容過分煽情而漏洞百出，也有人提到「轉化率」這樣的專業問題，更有不少人認為美食APP或微信甚至廚衛用品才是最大贏家。一夜狂歡是否換來營銷的成功，相信會有更多的數據來證明。但是不難看出，想靠消費親情讓觀眾買單已經越來越難了。其實近來的營銷現象已漸呈新態勢，你又願意為哪種套路乖乖掏出錢包呢？

大公報記者
張濬東



◀ 模特兒劉雯身著Prada 2018早春系列出席「Prada榮宅」揭幕活動

▶ Prada 在參與修繕的米蘭伊曼紐爾二世長廊的觀景台，發布2018女裝早春系列



商業之上的使命

當大多奢侈品品牌專注於如何用各種新款吸金時，有個品牌卻在做着件不太一樣的事。Prada歷時6年修繕的上海歷史建築榮宅在十月正式對外開放。重獲新生的榮宅將不只作為Prada的品牌活動場地，亦開放予大眾參觀，以文化藝術場所的定位繼續經營。其實在過去十幾年，Prada一直在世界各地開展歷史文化遺產保護與修復工作，包括米蘭19世紀古典購物穹廊伊曼紐爾二世長廊局部（並將其過程展示於網站ingalleria.com）、被改造為藝術空間的威尼斯王后宮等。而早在1993年，Prada的第三代傳人Miuccia

Prada就成立了米蘭Prada基金會展館，希望透過這個項目為當代藝術、建築、電影和哲學打造平台。到了2015年，米蘭Prada基金會又推出另一個公司項目——專注於企業社會責任的全新網站，主要展示「知識（Know-How）」、「地點（Places）」和「文化（Culture）」。

透過這一系列計劃，Prada向人們傳達了一個重要的理念，即「Prada對美的追求不只限於產品」，這無疑透露出一種強大的品牌責任心和使命感。雖然比起爆款營銷事件在短時間內的收效，Prada的做法顯得不那麼划算，但卻實實在在地提升了其品牌價值。

新世代 品牌 營銷眾象



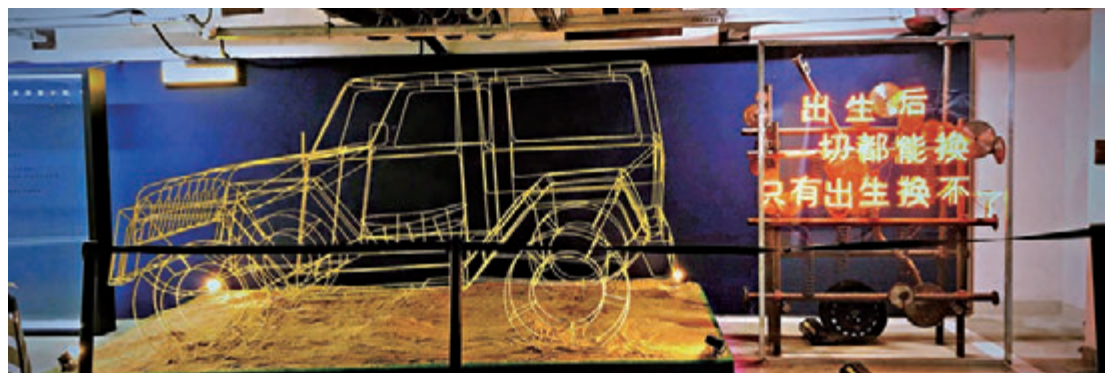
▶ 別克打造「美好屋托邦」概念小屋，從出行向未來生活延伸



▲ 別克VELITE 5「美好屋托邦」品牌概念屋杭州站



▲ 北京現代自製原創的情景喜劇《南陳路98號》



商業藝術展的新潮流

商業品牌舉辦藝術展其實已不新鮮，且模式大多雷同，將品牌文化與藝術、設計結合，再以藝術作品或聯名設計款等形式呈現。最近，一些新興的互聯網品牌也開始加入這場遊戲，卻不再局限於展示某件作品，而是更好玩的概念和創意。

在今年8月底，全案品牌策劃機構W，曾在上海舉辦一場全新的商業藝術展，他們聯合New Balance、浦發銀行信用卡、方太等33個國內外品

牌，在上海大悅城為之分別定製「藝術島嶼」，將品牌形象進行藝術解讀後呈現在一場名為「野島」的商業藝術展上。

此舉成功之後，W緊接著又在10月為汽車金融平台「彈個車」打造了一個線下的「小說展」。上海中心大廈的地下車庫被分隔成9個小說章節，一篇篇關於青春、愛情、職場話題的故事以裝置的形式展示，用簡單物品還原的故事場景再配上三兩金句，向年輕消費者輕鬆傳遞了「換

的概念，重塑人們對於「換車」的認知。

與近年流行的Pop-Up Store不同，品牌藝術展在表達上顯得更婉轉同時也有更多的自由空間，透過具體的場景和故事，讓消費者對品牌產生新的理解。「彈個車」在「小說展」中並沒有告訴觀眾這是一個什麼樣的產品，而是為觀眾塑造了一種新的概念，這或許就是展覽的「藝術」所在。



庫舉辦「小說展」在地下車庫舉辦「小說展」

放下身價，擁抱年輕人

汽車廣告向來多以展示性能、舒適度、外觀為主，且不論價位高低，「高尚」、「至尊」、「極致」、「非凡」這樣的描述往往都如出一轍，就像中國網紅Papi醬在汽車廣告套路惡搞視頻中展示的一樣。但在上個月，北京現代卻一改傳統汽車廣告畫風，推出了一部自製的網絡情景喜劇。這部名為《南陳路98號》的網劇每集時長都在十分鐘左右，講述了一系列發生於南陳路98號北京現代4S店的故事。

近些年，汽車在中國早已由代表身份地位的輕奢品，變為家庭必需品，大家對於車的認知其實也已經改變。不僅如此，購車主力軍也愈顯年輕化，數據顯示，90後新購車用戶份額則從2015年的14%，增長至目前的26%。種種趨勢讓品牌意識到須開始放下身價，轉型擁抱年輕消費者。雖然北京現代的這部自製劇最初只是試水之作，但此舉有效地傳遞了年輕化、本土化、有趣好玩的品牌形象。

不僅北京現代，其他中高端汽車品牌也紛紛嘗試拉近與年輕人的距離。凱迪拉克的30秒快閃視頻、別克的「美好屋托邦」概念小屋、奔馳贊助英雄聯盟總決賽……這一系列的舉動都在宣示着對傳統汽車廣告的挑戰和突破，套路化的「汽車廣告體」也將漸成過去，在互聯網發展急速的今天，創新和改變才是生存之道。

潮觀天下

獅城狂歡時刻



◀ 烏節路變身成聖誕仙境

聖誕將至，又是狂歡的時候。新加坡購物和玩樂區域烏節路除了裝飾了大型的聖誕燈飾，還有令人興奮的活動和Instagram打卡景點，購物、飲食選擇繁多。

每年為期六周，烏節路會變身成聖誕仙境，近三公里長的大街將放置宏

偉的拱門和數百個閃爍的燈飾。燈飾、色彩以及互動的顯示屏，為這條標誌性大道帶來迷人的冬季時刻。同時，烏節路也會搖身一變成音樂舞台，讓當地音樂家、佳音合唱團和爵士樂隊表演，為人們帶來「現場」配樂，更添節日氣氛。

活動：即日起至2018年1月1日地點：烏節路
網址：<http://www.orchardroad.org/christmas/>



▶ 萊斯特廣場

倫敦聖誕市集迎客

聖誕市集是歐洲的傳統，除了購物，還讓人感受到濃濃的節日氣氛。英國已有多個聖誕市集開始營業，其中位於倫敦的萊斯特廣場聖誕市集，規模較小，內有簡單的遊樂設施及遊戲，也有街頭藝人獻藝。

日期：即日起至2018年1月7日地點：萊斯特廣場
時間：中午12：00至晚上10：00（12月25及26日休息）
網址：<http://www.christmasinleicestersquare.com/your-visit>

首爾文化基地開放

創意在乎想像，變廢為寶有辦法，韓國首爾近月誕生了一個「文化儲備基地」，便是最佳例子。

上世紀七十年代，首爾市政府建設了麻浦石油儲備基地，其中建有五個大小各異的儲

油罐。如今，已經廢棄的儲油基地經過兩年多的翻新改造，現已開放，內有面積達3.5萬平方米的開放式文化廣場，可舉辦夜市、音樂會、展覽、集市等文化活動，儲油罐則被改造成各類文娛設施，供人們參觀遊覽。

設施：文化廣場、電影放映廳、禮堂地點：梅峰山山腳下
網址：<http://tchinese.seoul.go.kr/>

