

“超级媒体”手机二维码的营销价值及应用

慕艳平 武汉商业服务学院 430056

摘要:随着智能手机的普及,二维码购物已经成为一种新的时尚生活方式。目前在贵阳、苏州、广州、重庆等地,尤其是在广州、深圳、北京、上海等国内经济发达的大城市,越来越多企业透过二维码的方式提供新式商业应用。通过手机扫描二维码获取各类商品、商家信息并适时购物,完成移动支付,已经成为了当下的一个潮流和趋势。掌中的“超级媒体”手机二维码正为媒体、用户、企业、品牌创造价值。
关键词:超级媒体;手机二维码;移动营销

一、手机二维码的概念

手机二维码是二维码技术在手机上的应用。二维码是用特定的几何图形按一定规律在平面(二维方向上)分布的黑白相间的矩形方阵记录数据符号信息的新一代条码技术,由一个二维码矩阵图形和一个二维码号,以及下方的说明文字组成,具有信息量大,纠错能力强,识读速度快,全方位识读等特点。将手机需要访问、使用的信息编码到二维码中,利用手机的摄像头识读,这就是手机二维码。

手机二维码可以印刷在报纸、杂志、广告、图书、包装以及个人名片等多种载体上,用户通过手机摄像头扫描二维码或输入二维码下面的号码、关键字即可实现快速手机上网,快速便捷地浏览网页、下载图文、音乐、视频、获取优惠券、参与抽奖、了解企业产品信息,而省去了在手机上输入URL的繁琐

过程,实现一键上网。同时,还可以方便地用手机识别和存储名片、自动输入短信,获取公共服务(如天气预报),实现电子地图查询定位、手机阅读等多种功能。随着3G的到来,二维码可以为网络浏览、下载、在线视频、网上购物、网上支付等提供方便的入口。

目前,互联网网站已经不算新媒体了,开始成为传统媒体,最快、最便捷的信息获取方式已经不是互联网,而是移动终端。“移动终端”之于营销,更是超过了一般意义的传播载体,而是创造了一个全新的营销平台,一个“人手一部”、“随时随地”,而且可以方便地把现有的主要媒体关联起来的“超级媒体”。

掌中的“超级媒体”手机二维码,需要新技术的支持和普及,但给用户提供了一个极其便捷的登录产品WAP网站的通道:

5. 外资企业的市场占有率高。在牙刷市场上,宝洁和高露洁品牌知名度高、资金雄厚、技术先进、人才聚集,它们占有很高的市场地位,而其余的国内中小企业表现平平。

国、西班牙、意大利、日本、德国、马来西亚、伊朗、港、澳、台等三十多个国家和地区。市场上,今晨牙刷价格从1元到10元不等,主要是低端市场,以低价获取市场。出口的牙刷价格主要是从0.40元到1.00元间,每支的利润较低。

5. 扬州明星。扬州明星牙刷有限公司位于江苏省扬州经济开发区杭集工业园,成立于1991年。公司现有员工1200多人,各类技术和管理人员150多人。公司不仅构建了完美的国内销售网络,而且将“倍加洁”自由品牌的产品成功打入沃尔玛(美国、加拿大)、英国TESCO、法国家乐福、欧尚等地区主流市场,成为他们在中国的唯一合格供应商。扬州明星牙刷价格基本是五元以下,主要是低端市场,利润也较低。出口的牙刷价格更是较低,甚至只有几毛钱。

五、行业特点

宝洁和高露洁的牙刷单价在市场上普遍高于国内企业。国内产品因为缺乏对品牌宣传的投入,没有形成自己的品牌,并且研发投入也远落后于这些跨国企业,因此价格普遍较低,利润也明显低于其他跨国企业。宝洁和高露洁正渐渐延伸至中低端,国内牙刷企业面临的竞争愈发激烈。

1. 产品本身差异化程度低。普通牙刷的差异化主要体现在刷毛的材质和功能设计,而这较多的涉及专业知识,而对于消费者来说,这细微的差别对其购买意向影响不大。

2. 品牌宣传投入少。除了宝洁、高露洁等龙头企业外,众多牙刷制造商很少或几乎没有进行产品品牌的宣传。因此,在产品本身差异化程度低的情况下,进一步弱化了各个产品间的差异性。同时也促使佳洁士、高露洁的产品得以在市场上保持领先地位。

3. 价格差异大。在牙刷行业中,市场领先者在市场中树立了良好的品牌形象,其商品价格相对来说普遍较高。而众多中低端产品则打价格战,通过低价来获得一定的市场份额。

4. 市场需求量大,有较弱的提升潜力。从人口和经济增长的数据可以预期在未来的几年内,牙刷的市场需求量将会出现较大幅度的增长。

六、国内企业发展建议

1. 增加研发投入,增加产品的创新性、科技含量,生产出更能满足消费者需求的产品。这样才能长久立足于同质化的市场,并为企业获取更多利润奠定坚实的基础。

2. 有针对性地营销,提高产品的知名度,并提倡健康的刷牙习惯,扩大整个牙刷市场。牙刷的同质化程度高,因此品牌知名度尤其重要。因此,建议国内企业选择适合企业的方式,加大品牌营销,以获取消费者广泛的品牌知名度。此外,鉴于市场的潜在需求很大,因此,牙刷营销也应教育消费者,提倡增加牙刷的更换频率。

3. 针对国内企业资金不足的情况,可以考虑与其他企业的强强联合或融资。强强联合可以是牙刷企业,也可以是能有利于双方发展的其他企业,通过双方的力量,更好的打开市场。

4. 拓宽销售渠道。国内企业目前更多的是贴牌外销、国内二三线城市的中小卖场和商店以及酒店。而现在越来越多的消费者倾向于在连锁大卖场购物,因此,这一主要销售渠道是国内企业需要进一步开发的。MB

参考文献

- [1]联合国人口基金会.2010年世界人口状况报告[R].2011
- [2]赵龙.品牌成长战略[M].上海:复旦大学出版社,2006.
- [3]Sylvie LaForet,John Saunders. Managing brand portfolios: How the leaders do it[J].Journal of Advertising Research,1994,(5):64~76.

作者简介:

1. 杨枝丽(1987-),女,侗族,贵州省黎平县人,上海大学管理学院10级企业管理专业硕士研究生。
2. 林向美(1987-),女,山东省临沂市人,上海大学管理学院10级企业管理专业硕士研究生。

只需拍摄户外广告、产品包装、报纸、屏幕等载体上的二维码就可实现。

二、“超级媒体”手机二维码营销的优势及特点

1、便捷性。二维码的方便性表现在:所有人都知道在手机上编辑网址是十分费力的,而使用二维码的话只要一拍就可以进入网站了。据称,在手机上编辑网址上网使用的时间将是使用二维码上网时间的20倍以上。

与以往所有的营销手段相比,包括短信广告、彩信等形式在内的移动营销最大的特点就是便捷,就像一间“移动商铺”。手机二维码营销也一样具有这个特点,企业与商家可以在现有的任何形式的广告中设置二维码,只要消费者拍摄了二维码就可以在任何时间和任何地点对产品进行了解。

2、极大的信息量。用户对二维码所包含的产品信息的了解是全方位的,不是原有的简单的一个户外或平面媒体的广告内容可以相比的,也不是短短的几十秒的广告可以表现的。要知道,户外广告有面积的限制,平面媒体有版面的约束,电视广告则有时间的考虑,而二维码则不用考虑这些,它具有极大的信息量,可以用手机浏览网页上的所有内容,又不必坐在电脑前面。

3、营销效果显著增强。移动营销推广是未来企业运用的主要的趋势,以手机二维码为代表的移动营销将在很大程度上改变企业的营销方式和品牌塑造方式。

手机二维码营销可以帮助企业监控营销的效果,从而为之后的营销策略略做借鉴。手机二维码可以在不同区域设置不同的二维码,企业和商家可以由此判断不同地区的市场状况;同时,由于手机媒体的特性,手机二维码也可以精确地跟踪和分析每一个媒体、每一个访问者的记录,包括访问者手机机型、话费类型、访问时间、地点、访问方式以及访问总量等,为企业选择最优媒体、最优广告位、最优投放时段做出精确参考。手机二维码的应用则为这个问题的解决提供了可能性,这也是与手机二维码的技术特点分不开的。

三、“超级媒体”手机二维码的移动营销价值

手机二维码的这些应用大大方便了人们的生活,也创造了一个全新的营销平台。企业与商家拥有了在平面媒体、电视媒体和互联网媒体之外的另一种营销渠道。而且通过二维码,可以把现有的主要媒体关联起来,成为“超级媒体”。

条码识别的上网应用旨在进一步为用户提供便捷、高质量的移动互联网服务,同时打造有中国特色的手机二维码产业链,为企业和行业应用开辟空间。中国移动正在大力推动手机厂商对条码识别软件进行手机出厂预装。手机二维码与手机菜单、搜索引擎并称为手机上网三大入口,让用户在任何地点、通过任何媒体、获取任何内容;同时通过这种平台服务,为媒体、企业、品牌创造价值。

二维码营销不仅大大增强了客户在营销“最后一米”的竞争能力,而且其随时随地“接受服务”、“参与活动”等扩展的营销价值不可低估。

四、“超级媒体”手机二维码的成功应用

从中国第一张电子电影票的诞生,到新闻联播播出的南航自助值机系统的成功应用,再到即将在全国60多家国际机场全面采用的移动VIP易登记服务,目前二维码在移动通信、文化演出、交通运输、金融、餐饮娱乐、旅游等多个行业展开实际应用。

1、在电子票据,电子凭证等方面的应用。各类电子化票据、证据,如电子票(电影票、演出票、火车票、飞机票等等)、电子优惠券、电子提货券、电子VIP、积分兑换凭证等等。目前在电子票务、电子VIP、积分兑换、电子优惠券等方面的应用已

经比较成熟。

2、适时购物。随着智能手机的普及,二维码购物已经成为一种时尚的生活方式。日前,明星演唱会加入了“二维码”购票;在广东,当地房产中介推出了“二维码”看房、找房;在苏州,“虚拟超市”将布点轨交站点,运用手机二维码就能享受网上购物般的体验……越来越多的企业正透过二维码的方式提供新鲜的商业应用。随着二维码应用在技术、终端等方面的突破,手机二维码市场将迎来更为火热的发展。

上海也率先在地铁站里推出了“虚拟超市”。这是一面陈列着商品图片的“商品墙”,从食品到日用品、从手机到数码相机,大小应有尽有,每一款商品的下方都有相应的价格和二维码,消费者在路过时,如果看中某一款商品,只要用手机拍摄商品下方的二维码,就能实时购买。据介绍,类似的“虚拟超市”此前在韩国已经出现,这是一种代表最先进技术手机购物方式。

3、在淘宝网可用二维码推广店铺。淘宝网为卖家在“宝贝”的标题后面添加了“二维码生成器”,卖家就可以利用生成的二维码来作为推广新方法,把生成的二维码张贴到论坛、空间、名片、纸质广告上面,移动用户拿手机扫描二维码就可以直接进入相应的淘宝店铺。

4、手机扫描二维码可参与抽奖活动。淘宝的“码上奖”活动页面,提供了手机二维码抽奖渠道,通过扫描就能直接到抽奖页面。二维码应用对于移动手机用户提供了便利的手机访问方式,对电子商务的营销提供了多种新模式和渠道。

5、二维码防伪技术。商品上放置复杂编码的二维码,奸商不容易仿制;客户只需要用手机识读二维码,并通过无线网络交互正牌商品的详细信息;这就极大方便了用户对商品真伪的认证和辨识,有效实现了全民打假和防伪。

在韩国的大学中,为了杜绝冒充别人出勤,学校专门在教室中安装了读取二维码信息的读码器。每个学生进入阶梯教室时,都需要用储存有个人信息二维码的手机或磁卡进行扫码。然后,教师即可根据这些信息得知学生的出勤情况。由于每个人的二维码都具有唯一性,因此这种方式有效杜绝了冒充别人出勤。

6、移动支付。从全球的二维码市场来看,日本、韩国两国最好。手机二维码应用主要用于移动支付:手机的支付一般是通过手机钱包来实现的,手机钱包可以当作现金、储蓄卡、保管柜钥匙、火车票等。如今,越来越多的功能都汇聚到手机钱包的功能中,这给用户带来了极大的便利。手机支付是手机二维码最典型的应用,例如,日本采用二维码技术来实现移动支付。

目前我国手机二维码业务正处于市场培育阶段,支持的终端较少。国内标准不统一,发展还比较慢。运营商和服务提供商是目前主要推动力量,产业链协作有待加强,尤其是手机终端厂商环节的参与。在我国3G牌照发放以后,手机二维码业务将步入快速发展阶段。

手机终端的互动营销必将成为热点。企业应该密切关注新媒体、新技术所带来的营销变革,广告主在新媒体方面的广告投放比例正逐年增长,基于手机终端的互动营销将是3G时代的热点应用之一,手机二维码便是其中一项应用。 MB

参考文献:

- 1、中国供应商网:“手机扫描,移动营销催化剂”,2011年9月1日。
- 2、中国经营网“给力电商,给力移动营销”,2011年9月7日)
- 3、www.qrcn.net 灵动二维码门户,移动二维码的生成识别,2012年8月31日