

明星效应在品牌推广中的重要性

◆王韵涵 胡佳平

（大连工业大学 辽宁省大连市 116000）

摘要：现在的市场是认知稀缺的市场，感性消费的市场，打响一个品牌越来越难，这个时候宣传的“刀刃”就是产品品牌，你必须把有限的经费使在刀刃上，因为消费者从来需要满足其需求的产品，和对产品的认知，实际上并不需要外表形象光鲜的公司。

关键词：明星效应；推广；分析

一.品牌推广的重要意义

一个品牌就是一个企业的形象，一个优秀的成功品牌离不开品牌推广，在成为名牌之前，必要的就是做好品牌的推广战略和策略，找到合适的推广平台或者一个正确的推广方式，为了更高效的完成我们的产品销售，利用品牌推广将优势发挥到最大化，让客户群体最大化的了解到我们的销售产品，及产品特点。如何高效的进行品牌推广？明星效应就是品牌推广中不可缺少的一大重要策略。以明星效益作为主场，以发展品牌市场效应为目的，树立起自己的品牌形象。当今社会荧屏电视，网络媒体，手机成为了主要的信息来源，带给我们娱乐与各种讯息，因此邀请当红明星来出席或代言自身产品，利用明星的名气，来打响产品，扩散他的消费群体以及消费范围。

二.产品宣传与明星更好的融合

1.产品宣传

成功的企业品牌推广宣传需要对两大方面进行具体推广。

（1）企业形象产生的重要影响

对企业领导的形象宣传至关重要，比如雅诗兰黛的创始人 Estee Lauder，一个有想法思想独立而优秀的女人，Estee Lauder 的一生一直秉持着“每一个女人都可以永远拥有美丽和时尚”这样的想法。她将自己的生活品位和对时尚的敏感度融入自己的事业雅诗兰黛品牌当中。在那个年代当中她改变了女人对于美丽的界定，成千上万的女性接受了她视自己的身体为圣殿的理念，所以人人称赞她化妆品女王，雅诗兰黛夫人当之无愧，所以说一个企业的领导形象对一个企业有着极其重要的影响。

（2）产品形象

首先产品的独特性的宣传，其次是实用范围的宣传，因为我们总能听到策划会上，这样的大声疾呼：“我们要树立良好的公司形象”；“我们的公司品牌一定要响亮”；“我们要拍一部大气磅礴的公司形象宣传片”。那么怎么样才能提高产品的知名度，明星代言就成为了最好的选择。

2.明星代言对产品宣传的重要性

提高了企业形象，企业实力的见证。明星的人气，吸引更多粉丝消费者眼球。明星使用产品带来示范作用。明星的社会地位提高了品牌的品质形象。明星的个性形象气质类型直观展示定位品牌。明星的成长史、正能量可以丰富品牌内涵。

（1）产品品质与明星效应结合才能更好地做得到利益最大化

明星效应给予品牌重要的推动作用扩散了消费群体以及消费范围，做到了广而告之的效果，在这个用眼睛看世界的社会，吸引客户之后才能让客户体验本品牌的益处。所以将产品的特性与品质加上明星的宣传推动作用才能更好地做得到利益最大化。

（2）客户，消费者的认知和感受

有了明星的宣传力度和人气的提高，大众迅速知道了这个品牌，接下来要注重的就是品牌企业的优势了，可以为客户、消费者带来怎样的认知和感受，而明星的形象就很好的将产品带入了自身，让客户和消费群体看到了实际效果。

三.品牌的具体分析

雅诗兰黛与明星的合作

1983-1988	薇露·贝尔	在国际模特儿行业的成功
1988-1994	宝琳娜·波罗兹科瓦	是位成功的模特儿与演员第一代的超级名模
1995-	伊丽莎白·赫莉	演员、制作人、作家、模特儿、与慈善活动代言人的伊丽莎白·赫莉，她和雅诗兰黛共同决定重新定义自己的角色，并花更多的时间去做有意义的事
2002-	卡洛琳·莫菲	是个典型的美国超模，她为雅诗兰黛拍摄的第一支广告“定义美丽”完成于2002年。
2003—迄今	莉亚科·毕德	雅诗兰黛品牌第一位黑人代言明星。为品牌带来更多的能量、活力和时尚。
2005	格温妮丝·帕特洛	一个有智慧，有趣，气质高雅的一流演员。2004年与雅诗兰黛合作为欢沁淡香氛诞生十周年代言，完美地诠释了优雅清新的风格。
2011—2017	艾利桑娜·缪斯、琼·斯莫斯、康士坦茨·雅布伦斯基和刘雯	雅诗兰黛全球美女阵营，出任品牌护肤、彩妆及香氛系列代言人。

四.与明星合作的广告策略

Elizabeth Hurley，奥斯卡获奖影星 Gwyneth Paltrow，超级模特 Carolyn Murphy 和 Liya Kabede 象征了品牌的当代精神，传达了雅诗兰黛长期以来所推崇的优雅和内涵，共同诉说着女性美的回归，年轻、自信，极富女性魅力，热衷于的事业和家庭。

品牌最奢华的双重滋养白金臻致系列的广告由 Elizabeth Hurley 代言并保留的黑白照的优雅风格，体现了尊贵和独特。欢沁淡香熏诞生十周年由 Elizabeth Hurley 代言的广告完美的诠释了优雅清新的风格，令人为之倾倒。

五.与明星合作带来的巨大效益

年份	年销售额	增降幅度
2012	97.1 亿美元	涨幅增长 10%
2013 年 6 月 30 日	101.8 亿美元	涨幅增长 5%
2014	109.7 亿美元	涨幅增长 5%
2015	107.8 亿美元	小幅下降 2%
2017	118.2 亿美元	涨幅增长 5%
2018	136.8 亿美元	涨幅增长 14%

从 2010 年，雅诗兰黛签下中国超模刘雯担任全球代言人。从 2016-2017 年连续 15 个月在中国签下 5 位人气明星，2016 年签下华晨宇，宋茜，王凯，唐嫣，杨幂。

雅诗兰黛签约的五位明星单从微博粉丝数来看都高达上千万人，已然形成一个庞大的年轻消费者网络，更不必说平面广告、电视广告、线下活动等一系列营销传播的影响范围。

六.总结

明星代言能够通过提升品牌力从而提高产品的销量。明星代言作为当下最普遍的营销行为，一个真正成功的代言，光看明星的人气是不够的，还要看明星与品牌的匹配度。明星的形象、个性要与品牌的形象、个性相匹配，匹配度好明星代言人才能对品牌的发展起到更好的促进效用。所以明星效应在品牌推广中的有着极其关键的重要作用。

参考文献：

[1] 方东根.多平台模式下服装品牌的推广策略研究[J].针织工业, 2016.第五期: 58-61.

年份	代言明星	明星实力
1970-1985	凯伦葛·芮翰	第一位家喻户晓的雅诗兰黛代言人。