

商业点评

李佳琦的走红与中国消费品市场的变化

“2018年,巴黎欧莱雅推出了一款戛纳限量版的口红,我受邀推广,并且参加了戛纳电影节,与奚梦瑶、王源一起走上红毯,成为了第一个走上戛纳红毯的淘宝主播。”

这是“口红一哥”李佳琦接受媒体采访时说的一段话。看得出,和奚梦瑶、王源一起在戛纳电影节走红毯是他做梦都不敢想的事,也是他迄今为止最大的荣耀。其实,李佳琦完全用不着惴惴不安。奚梦瑶和王源来戛纳电影节同样是打酱油,没听说他们拍过足以送他们来戛纳电影节走红毯的电影。本质上,他们都是作为欧莱雅的销售能手参加欧莱雅赞助活动的。一位欧莱雅曾经的粉丝这样写道:“我还记得后来春春(李宇春)代言时候很多人还说拉低了欧莱雅的档次……结果,三十年河东三十年河西,如今谁红谁输,谁流量就给谁头衔(推销员)卖货,直接摊派粉丝买单,卖的不好还挂出来示众……真是呵呵呵……”

这种失望来得十分扎实。20多年前,红透华语世界、在国际影坛也鼎鼎大名的中国电影一姐巩俐第一次走上戛纳电影节红毯。20多年的时间里巩俐不下15次走了戛纳电影节的红地毯,“巴黎欧莱雅,你值得拥有”的slogan和超级影星巩俐捆绑在一起定义了欧莱雅在中国的定位。然而,事情逐渐起了变化,越来越多和电影无关的流量明星挤进了戛纳电影节的红地毯,所以才有了网友的愤愤不平。

从“影坛一姐”到“口红一哥”,20年过去,戛纳电影节还是那个戛纳电影节,欧莱雅也大体还是那个欧莱雅。20年,变的是中国的整体的消费能力、变的是中国消费者结构、变的是互联网对品牌打造和营销策略的颠覆。

1997年,欧莱雅成为戛纳电影节长期合作伙伴。此后一代又一代的中国艺人走上了戛纳电影节的红地毯,从巩俐到李冰冰、

文/刘戈



作者为央视财经评论员

范冰冰,李宇春,加入让熟悉了只有超级电影明星才能走红地毯的粉丝们有点不太适应,没想到,让他们不适应的还在后头。毕竟,一直以来被欧莱雅邀请走红地毯的外国影星都是在欧美如日中天的超级大明星。

自李宇春之后,跟随欧莱雅走上戛纳电影节的中国明星越来越和电影无关,他们共同的特征是流量、流量、流量。和他们演没演过电影,电影的票房多少,电影有没有获奖无关。而流量和销售直接相关。

“口红一哥”李佳琦有没有走红地毯的资格?

李佳琦并非纯粹意义上的草根逆袭,而是欧莱雅品牌下沉战略的最重要的组成部分。李佳琦走红靠的是欧莱雅“BA网红化”项目。2011年,李佳琦考入南昌大学艺术与设计专业,虽然是三流大学,但毕竟是艺术专业。2015年大学毕业后,李佳琦当上了江西省南昌市的一名欧莱雅BA(化妆品专柜美容顾问),本质上,这就是售货员的雅称。艺术专业本科4年后当上名牌化妆品的售货员,在世俗的眼光看来,无论如何都是一种“低就”。

本着干一行,爱一行的古训,李佳琦开始尝试用自己的嘴巴为顾客试色,练就了一套让女孩子毫无抵抗力销售话术。2016年底,一家网红机构提出“BA网红化”的策略,正在寻求品牌下沉路径的欧莱雅集团尝试举办了“BA网红化”的淘宝直播项目比

赛,李佳琦脱颖而出。在欧莱雅的大力扶持下,2017年,李佳琦一举拿到了当年淘宝直播盛典中的头号主播称号。李佳琦为欧莱雅直播数百场,获千万观看人次,直接销售过千万。2018年9月,李佳琦挑战“30秒涂口红最多人”的吉尼斯世界纪录,成为涂口红的世界纪录保持者,自此被誉为“口红一哥”。2018年“双十一”与马云PK卖口红,最终战胜马云。2018年12月相继开通抖音、小红书、快手等社交账号。先后合作了小S(徐熙娣)、奚梦瑶、关晓彤、戚薇等明星。李佳琦从南昌的售货员一跃成为大众明星。虽然没有演过一部电影,唱过一首歌,但李佳琦凭借他的“OMG”成为走戛纳电影节红毯的明星。

靠染发药水起家的欧莱雅集团是全球最著名化妆品品牌之一,创办于1907年。2019年度《财富》世界500强榜单欧莱雅位列第396位。除了巴黎欧莱雅,美宝莲、兰蔻、赫莲娜、碧欧泉、薇姿等都是欧莱雅旗下品牌,因此,欧莱雅一直以来都使用一线大牌影星作为其代言人。

欧莱雅的代言人从巩俐、范冰冰、李冰冰转换到众多年轻流量明星,不仅仅是影视明星的自然迭代,而是其下沉市场布局的战略方向。欧莱雅和其他美妆大牌都意识到,下沉市场才是他们根植中国市场的未来,美妆大牌在三四线城市一直没有做下去,其根本原因在于渠道。而直播、社交媒体等数字化的平台为美妆品牌提供了更广阔的平台。根据天猫公布的2019“6·18”战报,“六线城市”通过直播网购成交的占比接近了一线城市!所谓“六线城市”就是中国的县城,这意味着在这个品类上,仅“六线城市”的消费能力就已直追北上广!

在传统的柜台销售市场,一线大牌根本无法下沉到县城市场。此时,谁能带来流量,谁就能带来销量。关于下沉市场与小镇

青年的分析很多,其实最后总结起来都是一句话,就是年轻人的钱多了。

现在在中国的一线城市,一个大学本科毕业生入职的月薪会达到六七千元,而在中小城市也会达到3000到4000元,当然每一个年轻人都会觉得自己没钱,觉得自己很穷,但是实际上现在的二、三、四线城市的年轻人,他们的收入水平比十年前的一线城市,那也要高得多。所谓的下沉市场,所谓的小镇青年,其实其消费能力已经相当于一线城市十年前的消费水平。同时由于他们的工作节奏不太高,所以相对而言他们的闲暇时间是非常长的。

而闲暇时间长是在互联网时代的一个非常突出的特点,他们有更多的时间上网,在做指甲的过程中,在烫头发的过程中,在一起吃火锅的时候,在酒吧喝酒的时候,他们的手机都是不停的,所以这就产生了非常多的消费。

对于众多的消费品品牌,如果现在还在提“下沉”这个词,这说明它对于商业的变化和认识是不到位的,潜意识里面还认为这是一个不那么理想的市场。其实它本身就是主流的市场。

在发达国家,大城市和小城市在消费品上的人均支出是差不多的,中国正在经历这样一个过程,尽管小城市没有那么宽裕,但是人们也消费得起原来只有大城市的白领才能够消费的一些消费品了。除了少量顶级奢侈品,大部分时尚品牌终究会走上品牌大众化这条道路。

对于李佳琦和流量明星们走红戛纳电影节的红地毯,老一代消费者还在耿耿于怀,但对于欧莱雅来说,这从来不是一个问题。因为,把产品卖给更多的消费者获取更多利润,从来都是十分自然的选择。在进入发展中国家的早期,他们把市场定位为精英,不是因为不想卖产品给小镇青年,而是因为他们根本买不起。

国际观察

弹劾特朗普 一场持久的政治大戏

文/孙兴杰



作者系吉林大学公共外交学院副院长

“通乌门”持续发酵,第二名举报人浮出水面,民主党人如获至宝,弹劾特朗普的大戏又向前推进了一大步。当然,白宫也没有慌乱,特朗普发表声明,不配合众议院的弹劾调查,并且白宫给佩洛西发去了一封信。由此,形成了僵局,众议院要进行弹劾调查,那就需要相关人员进行配合。白宫的一纸声明也算是堵上了这个窟窿,球又踢给了佩洛西,要不要在众议院全会上进行表决,否则,弹劾调查就变成了口水战。

弹劾特朗普,从特朗普上台之后就停止了,“通俄门”的调查在今年才算告一段落,特别检察官穆勒的报告认为,没有证据表明特朗普通俄。现在又爆出新的消息,穆勒在被任命为特别检察官之前曾经到白宫,是为联邦调查局局长职位进行面试,特朗普似乎对穆勒不满意。后来,穆勒就成为调查“通俄门”的特别检察官,现在美国的媒体也在怀疑穆勒有没有可能作弊。也许未来在弹劾特朗普的政治游戏中,穆勒还将扮演重要的角色。

“通俄门”调查之后,弹劾特朗普也就失去了抓手,但民主党并没有放弃这种可能,抓住的理由还是特朗普的个人税单之类的。然而,这些理由并不能构成弹劾调查的理由。

弹劾的转机发生在有人举报特朗普在今年7月25日,与乌克兰总统泽连斯基通电话的时候,以军事援助作为筹码,要求乌克兰方面调查前副总统拜登的儿子。民主党的反应是特朗普为了打压民主党候选人拜登而滥用国家权力为自己谋利。因此,众议院多数党领袖佩洛西宣布启动对特朗普的弹劾调查,由众议院的相关委员会进行调查。这里有个问题,没有经过众议院进行正式投票决定,就启动调查,是不是合理?佩洛西认为,这样做是可以的。从政治上来说,如果进行投票,可能出现一些意外情况,在时间上,也可能久拖不决。另外,共和党也催促要进行投票,投票之后,即便众议院决定进行弹劾调查,那么,共和党也获得了传唤权。弹劾的程序和规定在过去二十年中出现了比较大的变化,在共和党占据多数的时候通过了规定,多数党享受单边的传唤权。众议院的少数党领袖麦卡锡就给佩洛西发了一封信,要么搁置弹劾,要么像之前的弹劾一样,在众议院进行正式投票。佩洛西的答复是,宪法没有要求进行这样的投票。

可以看到,弹劾特朗普也是佩洛西整合民主党,保持民主党基本盘的策略,佩洛西依靠民主党的核心议员就可以进行弹劾,但她不愿让本党的议员进行比较艰难的投票,同时也不会让共和分享传唤权。根据法律规定,众议院可以向政府官员发出传票,要求官员接受询问,配合调查,副总统彭斯、国务卿蓬佩奥以及特朗普的律师朱利安尼都收到了“传票”,可以看到,这是

对白宫的“围剿”,白宫以及国务院的一些官员都不希望自己卷入弹劾的漩涡之中。

众议院有数百名议员,白宫呢?只有总统一人,但“帝王总统”并没有随着尼克松的下台而结束,相反,白宫有了庞大的律师团队。“白宫律师”成为媒体报道中的高频词,特朗普的律师团队不仅为了总统抵挡弹劾的挑战,也在扩张总统的权力。白宫发给佩洛西的信也是“白宫律师”的杰作,拒绝配合调查,至少可以稳定白宫团队,尤其是中高级官员不用再人心惶惶了。特朗普认为,弹劾调查不过就是要推翻2016年大选的结果,是政治迫害。佩洛西回应说,这封信是错误的,是非合法掩盖特朗普政府厚颜无耻地迫使外部力量干涉2020年大选,即便白宫不配合,越来越多的证据也表明特朗普滥用职权,违背了保护、捍卫宪法的誓言。

白宫不配合,那弹劾调查还要不要进行下去呢?白宫已经阻止美国驻欧盟大使前来接受询问,蓬佩奥也没有配合调查。众议院情报委员会主席亚当·希夫表示可能会援引相关条款来推进弹劾调查,但是谁来裁决白宫官员蔑视传票,妨碍调查呢?法院将会扮演越来越重要的角色。美国的三权制衡机制开始启动了,弹劾特朗普的政治游戏也是对美国政治制度的极限施压,考验这套制度的韧性。

民主党人将“通乌门”作为弹劾特朗普的有力支撑点,但是问题在于,即便特朗普要求乌克兰总统调查拜登的儿子,就一定要被弹劾吗?弹劾总统的理由是“叛国、受贿或其他严重犯罪行为”。为了证明特朗普滥用权力,违反宪法,那就必须证明特朗普是“恶意”打压政敌。为了证明这一点,就必须证明拜登的儿子是清白的,乌克兰危机之后,拜登的儿子到乌克兰企业工作,月薪好几万美元,这里面是不是有问题?如果有的话,特朗普要求乌克兰进行调查是不是也在保护美国的利益呢?总统是最高外交代表,是三军总司令,也有很大的自由裁量权。

弹劾特朗普这场大戏中,可能受伤最严重的是拜登,而不是在台上表演的特朗普和佩洛西。拜登现在只能是哑巴吃黄连,有苦说不出。弹劾特朗普必须证明拜登儿子无罪,当然,现在弹劾调查还没有到这一步。民主党的弹劾越紧,拜登的总统之路就越坎坷,也许,民主党内的伊丽莎白·沃伦在偷着乐吧,党内初选还没有结束,拜登和特朗普就提前交上火。

弹劾特朗普变成了2020年大选的主题,特朗普和佩洛西,白宫和国会山,民主党和共和党,以及民主党内的竞争……这是一场分不清敌友的混战,当然,联邦法院也会被卷进来。对了,还有乌克兰,美国的政治变成了世界政治。这场混战中,谁输谁赢,吊诡得很,特朗普的支持率并没有因为弹劾而降低,相反,白宫已经将弹劾视为对2016年大选的攻击,特朗普继续扮演“受害者”的角色。民主党议员为了弹劾而呈现出来的强烈的政治性,可能也不利于2020年的总统和国会选举。当然,特朗普为了2020年的连任之路,将会更加内向,为了迎合自己的铁粉会对外更加强硬,沿着特朗普主义的羊肠小道阔步前行。

自由谈

“丈母娘经济学”是时候谢幕了

中国的结婚率下降速度着实过快,粗结婚率已经从1988年的17%下降到2018年的7%,并且仍在加速。而在结婚意愿的调查中,代表女方家庭的丈母娘坚持“无房不嫁”等经济要求,成了男方结婚意愿降低的主要原因。

从金融学的角度来看,婚姻的作用之一是分担个体的经济风险。既然婚姻是由男女双方共同组成生产单位以分担经济风险,那为何偏偏是由丈母娘来充当“婚姻风险守门人”?

原因之一,婚姻失败带给女方的损失更大。尤其是在农村,女性一般没有财产继承权,出嫁后土地和房产归兄弟所有,一旦离婚回家就要面对与嫂子、弟妹之间的经济矛盾。即便是在城市里,无论从社会观念还是社会现实来看,离异后的女性更难再次组建家庭。按照经济学中所讲的一般道理,承担风险损失更大的一方有更大的激励来控制经营风险、评估担保价值。

原因之二,重男轻女的传统思想带来了男女性别比例的失衡。自然状态下的男女出生人口性别比例应在1.02至1.07之间,而中国人口的该统计早在1986年就超过了这一区间,并在1996年之后的20年里保持在1.2左右的高位。

性别失衡使得男性在婚姻市场上的竞争压力大增。2015年,第16届孙冶方经济科学奖颁给了一篇于2011年发表的文章,题目叫做《竞争性储蓄动机:中国持续增长的性别比例与储蓄率》。

文/张林



作者为中国奥地利经济学50人论坛研究助理

该论文认为改革开放之后中国储蓄率的提高以及房价的不断提高,主要是源于男性家庭不得不靠增加储蓄、购买婚房等手段来“打动丈母娘”。这就是“丈母娘经济学”的来源。

按照上述论文的观点推论,由性别失衡带来的“丈母娘经济学”从某种意义上讲具有相当正面的含义:它鼓励男性增加储蓄,而高储蓄率对于一个国家的资本积累、经济增长具有推动作用;购买房产的需求有助于将储蓄转化为投资从而促进经济增长;婚姻市场的竞争激励着男性群体充满奋斗精神。

但实际上,同样是亚洲地区的新加坡、日本、韩国及台湾在经济高速增长阶段同样受益于较高的储蓄率,而且并未出现性别失衡的状况。储蓄率的高低总体上取决于消费文化。欧美等国家的经济增长更多的是靠外贸、投资以及消费驱动,即便储蓄水平很低,也可以依靠发行股本、举债借贷来融通资本,并通过不断提高消费来拉动经

济。这些宏观经济运行的逻辑并不受性别比例影响。

另一方面,只要恩格尔系数降到30%附近,人们之间的财富差距便主要表现为资产的差距。尤其是随着资本要素的不断充裕、金融深化带来的货币膨胀,无论男女,对于持有房产及股票等资产的需求是普遍上升的,资产价格上涨与性别比例的关系也不大。而一般由男方准备婚房,和亚洲地区财产继承“传男不传女”的社会习惯相关,它给男方带来了更好的经济基础。

可以说,将“丈母娘经济学”与提高储蓄率及房产需求,并由此拉动经济增长联系在一起是颇为牵强的。至于婚姻市场的竞争可以鼓励男性群体发奋图强的推论,也是值得商榷的。随着经济基本面的稳定、社会流动性的降低,无论何种性别,在社会阶梯上升途中的竞争程度都是在不断加强的。

于是,赋予给“丈母娘经济学”的所有正面解读都禁不住一一推敲和分析,它不过只是性别失衡的间接表达,而性别失衡却有着非常负面的后果。

城里皆剩女,村中多旷夫。在城市里,性别失衡带给“丈母娘”很大的议价权,不仅使得男性感觉“娶不起”,也加深了女性群体的“不愁嫁”观念。结婚年龄的推后以及低结婚率的结果,表现为生育率的迅速降低,这在城市里表现得尤为突出。而城市恰恰是社会生产生活的载体,没有了人,社会的持续发展

就无从谈起。

在乡村里,“过剩男性”往往是和低收入水平联系在一起的,这又可能会引发潜在的社会问题。

除此之外,“丈母娘经济学”也有可能引发对抗性的家庭后果,当男方为婚姻支付了足够高的成本时,男方家庭对女方的要求也较高,从而增加了更多的婆媳矛盾。

最终,性别失衡带来了低结婚率与高离婚率的并存,并且可能由此衍生其他的社会问题。而对那些面对高婚姻成本、高竞争压力的男性年轻人来说,“丈母娘经济学”似乎又是一个最好的情绪出口,岳母最终成了性别失衡问题的替罪羊。无论从正面看还是反面看,“丈母娘经济学”的说法和内涵不但有意无意的遮掩了性别失衡本身的危害性,也转移了问题本该聚焦的重点。

当然,社会本身其实有一定的纠偏能力。特别是当人们意识到下一代是男孩会给家庭带来巨大经济负担时,重男轻女的传统观念本身就会逐渐瓦解。事实上也是如此,当2016年中国全面放开二胎生育后,新出生人口的性别比例在2017年便迅速恢复到了自然区间以内,这可以视为自发的社会秩序对“丈母娘经济学”的回应和反弹。

其实在当代社会,能用经济学解释的东西越少,这个社会就越文明。“丈母娘经济学”是对人口现象的一个糟糕理解,它是时候谢幕了。