

# 玲娜贝儿饥饿营销喂饱谁

不久前才因男女游客区别对待“消极营业”受到争议的顶流“玲娜贝儿”，如今又因周边被黄牛炒爆而遭到不少粉丝“脱粉”。自上海迪士尼乐园宣布开放玲娜贝儿圣诞系列周边预约通道后不到一天，12月13日，北京商报记者调查发现，二手交易平台上出现不少黄牛在高价出售玲娜贝儿新款，售价最高超过6000元，溢价达10倍不止。在从业者看来，通常情况下官方选择限时、限量、限购发售的饥饿营销，刺激消费者购买欲的同时，却也在一定程度上为黄牛“创造”了生存土壤，饥饿营销从短期来看虽然有利可图，但过度使用也很容易造成反噬。



**利**

- ◆ 放大品牌影响力
- ◆ 增强品牌号召力
- ◆ 强化消费者的购买欲望

饥饿营销双刃剑

**弊**

- ◆ 消耗消费者的品牌忠诚度，引起逆反心理
- ◆ 导致黄牛泛滥，扰乱消费市场生态

直被网友们称为迪士尼的“圈钱天团”。达菲家族最早是于2005年从东京迪士尼海洋火起来的。据日本媒体此前报道，2005年东京迪士尼的人均消费走到了过去20年最低，为9178日元（约合人民币514.7元），五年后恢复到1万日元（约合人民币560.8元）以上，推出星黛露的2017年人均消费飙至11614日元（约合人民币651.3元）。

与迪士尼的其他IP不同，“达菲的朋友”系列背后没有如米老鼠、唐老鸭般丰富的影视作品做支撑，该系列的成员只有简单的IP人设介绍。

“再也不会买了”“拒绝高价黄牛”……北京商报记者注意到，目前已有不少消费者在社交平台发言抵制饥饿营销和高价黄牛。“玩偶很可爱，但是过度的营销和炒作真的难以接受。迪士尼本该是传播快乐的地方，却让饥饿营销破坏了童话世界的最后一点美好，当初对玲娜贝儿的喜欢算是被折腾尽了。”安女士无奈表示。

张雪峰认为，饥饿营销在产品销售过程中很常见，但它只能作为一种短期营销手段使用；饥饿营销有利于产品在短期内形成话题，增强品牌的影响力，刺激消费者购买，但如果长期使用，会让消费产生被“耍”的感觉，一旦耐性耗尽，必然会损害品牌信誉。

“黄牛本身就是一种不合法的现象，而饥饿营销会使得黄牛进一步泛滥，从而扰乱整个消费市场秩序及交易公平，不仅影响了消费者的消费体验，更加大了对社会的潜在危害和治理难度。”孙昊补充道。

针对黄牛的相关防治措施，北京商报记者联系上海迪士尼度假区方面，但截至发稿对方未作回应。张雪峰表示：如果对于黄牛扰乱市场的行为不作为，既不尊重广大支持品牌的消费者，也会消耗自身品牌口碑。因此，打击黄牛交易，规范整个交易市场，企业也必须付诸行动。”

北京商报沸点调查小组  
图片来源：闲鱼截图

## 衍生品最高炒至6000元

12月10日，上海迪士尼度假区发布公告，原本被推迟发售的“2021达菲和朋友们圣诞系列商品”和“常规款玲娜贝儿毛绒玩具”，预约通道将于12月12日20:00开始。其中的三款商品“常规款玲娜贝儿毛绒玩具”“2021圣诞系列玲娜贝儿毛绒玩具”及“2021圣诞系列玲娜贝儿毛绒玩具钥匙圈”，均采用线上预约+线下购买的发售方式，且季节性商品数量有限，售完即止”。

根据规定，仅预约成功的游客可在迪士尼小镇的迪士尼世界商店进行线下购买。线下购买时间为12月17日、18日的8:00-20:00，以及12月19日、20日的8:00-19:00。成功预约的游客，必须根据预约时所确认的日期和时段前往现场进行线下购买。预约不可转让，不可改期，不可取消。

然而，在12月12日晚8:00预约通道开启后，大量消费者发现预约页面无法刷出页面。但引起消费者不满的，除了官方预约渠道不畅外，还有黄牛代购市场的猖獗。作为消费者，通过正规途径买不到。如今这些二手平台上到处都是新品在贩售，又是黄牛在背后借机圈钱。这已经不是第一次了！”消费者曾

女士气愤地说道。

北京商报记者注意到，截至目前，代购在二手交易平台上挂出的玲娜贝儿圣诞系列售价普遍达到了3000元以上，最高甚至超过了6000元；不仅如此，部分预约成功的普通消费者也挂起高价售卖，甚至直接拍卖，每套出价亦达到3000元左右。尽管官方尚未公布玲娜贝儿该系列衍生品的实际售价，但据从事迪士尼周边代购的黄牛透露，原价应该在500元左右。也就是说，玲娜贝儿衍生品的市场溢价或已超10倍以上。

“黄牛轻松搬货，粉丝难抢一个”，这样的现象引发了众多消费者不满，截至北京商报记者发稿，仍有不少消费者在上海迪士尼及达菲友人的官方微博评论区“讨说法”。消费者安女士告诉北京商报记者：预约时间一到就开始抢了，选好场次一提交就直接卡住，浪费了整整30分钟。结果黄牛却能够很轻松抢到，一个玩偶溢价到6000元，直接把真爱粉当猴耍。”

## 黄牛趁“缺”而入

据悉，玲娜贝儿是上海迪士尼全球首发的新IP形象，自9月29日出道以来，便凭借可爱的外表和活泼的人设迅速跻身“顶流”，吸引了一

众拥趸，几乎所有周边产品一上架便瞬间售罄，这自然也使得黄牛盯上了这块蛋糕。

以原价219元的玲娜贝儿常规款玩偶为例，不少黄牛直接标价近千元售卖，约比原价高出4倍；而原价99元的玲娜贝儿挂件，也被黄牛炒到了400元以上。即使如此，依然有不少粉丝愿意买单。就算抢到预约资格，也必须在规定的时间到上海迪士尼的线下店铺才能买到，这对于很多非本地粉丝来说很难实现，所以大家只能高价买黄牛手里的东西。”消费者王女士解释。

“黄牛泛滥不是迪士尼的个案，事实上，绝大多数行业都深受黄牛之困。”在数字产业分析师孙昊看来，供需关系不平衡是导致黄牛出现的根本原因。以迪士尼为例，众所周

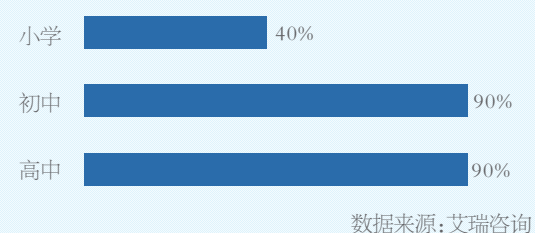
知，迪士尼绝大多数IP周边都会采用限时、限量、限购的售卖方式，导致绝大多数粉丝的购买需求都无法被满足。

业内人士将迪士尼的这种销售方式称为“饥饿营销”，即商品提供者有意调低产量，制造出一种供不应求的假象，以维护品牌形象，并维持商品的较高售价和利润率”。正是因为太多公司和行业进行饥饿营销，使得供不应求的假象出现，黄牛才有了市场。他们通过各种方式替消费者购买，再以高价销售赚取差价。”财经评论员张雪峰直言。

## 营销的只是个IP

玲娜贝儿所属的“达菲的朋友”系列，一

## 2019年拍照搜题应用在K12各学段的渗透率



# 拍照搜题类软件暂下线“双减”举措再加码

针对线上的“双减”举措再次加码。12月13日，教育部办公厅印发通知，对加强教育App管理推动与“双减”政策衔接提出明确要求。根据通知要求，“拍照搜题”等惰化学生思维能力的作业App需暂时下线，整改完成后才可恢复备案。北京商报记者注意到，在本次通知发布前，多家拍搜软件已进行了调整，用户在获得题目答案前需先通过家长认证。另值得关注的是，在线上学科类校外培训机构的审批维度上，北京也于近日新增多家机构的备案。

## “拍搜”App下架

12月13日，针对“拍照搜题”软件的整改进一步收紧。据教育部网站显示，教育部办公厅印发通知，对加强教育App管理推动与“双减”政策衔接提出明确要求。

具体来看，通知要求，对于提供和传播“拍照搜题”等惰化学生思维能力、影响学生独立思考、违背教育教学规律的不良学习方法的作业App，暂时下线。在整改到位并经省级教育行政部门审核后，方可恢复备案；未通过审核的，将被撤销备案。

“针对拍照搜题类App的治理，实际上在更早的时候就已经提出了要求，只

是没有很好地落实。”中国教育科学研究院研究员储朝晖在接受采访时指出：“这次的要求主要也是基于解决部分学生通过‘拍照搜题’软件答题写作业，没有自主思考解题过程的情况。通过再一次重申，让这件事的落地更加严格。”

实际上，在此次“下架”要求发布前，相关拍照搜题类软件已在内部进行了整改。举例来看，好未来旗下的小猿答疑、猿辅导旗下的小猿答疑，目前在搜索查询问题时，均需要先进行家长认证，认证通过后才能看到相关答案。

## 完成审批前暂停备案

除了对“拍照搜题”软件的严格要

求外，通知还对现有的中小学线上学科类培训App提出整改措施。具体来看，通知要求在各地教育行政部门完成中小学线上学科类培训机构审批前，需暂停中小学线上学科类培训App的备案工作；已备案的相关教育App暂时从平台下线。

下线的相关教育App提供者在获得中小学线上学科类培训许可后，在平台补充许可信息，提交恢复备案申请，经所在地省级教育行政部门审核通过后可恢复上线；未获得中小学线上学科类培训许可的，撤销备案。

今年9月，教育部等六部门曾联合发布通知，明确现有的线上学科类培训机构要由备案制改为审批制。具体流程为省级教育行政部门按统一设置要求，对线上机构实施审批，审批通过后发放办学许可证。同时，面向义务教育阶段学生的学科类线上培训机构，需一律登记为非营利性法人。

从时间节点来看，此前的通知要求为：在2021年底前完成对已备案线上学科类培训机构的审批工作，并同步建立相应的监督管理制度。现有线上机构在依法获得办学许可证及相关证照前，应暂停新的招生及收费行为。而目前2021年即将结束，未完成审批的中小学线上学科类培训App将迎来下线的最后期限。

## 机构加速“营转非”

据“双减”相关政策要求，面向义务教

育阶段学生的学科类线上培训机构需一律登记为非营利性法人，这就意味着机构“营转非”的脚步需从线下挪至线上。

北京商报记者注意到，目前在北京市民政局网站行政许可公示中，新增了5家民办非企业在线学科类培训机构。分别为：北京希望在线线上学科培训学校、北京志道线上学科培训学校、北京作业帮线上学科培训学校、北京乐学东方线上学科培训学校和北京猿辅导线上学科培训学校。

据登记证书显示，上述5家培训机构的业务主管单位为北京市教委，注册资金为500万元，证书有效期为2021年12月3日-2025年12月2日。其中，北京乐学东方线上学科培训学校登记的住所地点为新东方南楼，而希望在线此前为好未来公益基金会推出的公益教育平台。面对“双减”之下营转非的要求，各大校外培训机构正加速合规的脚步。

此外，今年的12月31日也成为不少上市教育公司退出义务教育阶段学科类校外培训的大限。

“目前的‘双减’政策采取1+N的模式。”储朝晖坦言：“所谓1+N，其中的‘1’指的是中办、国办印发的‘双减’意见；‘N’则指的是在落实过程中，需要对一些概念进行科学界定，对一些工作要求进行细化，以指导各地更好地贯彻落实。这个‘N’在未来，可能会根据新的情况随时推出新的措施，至于有多少，还要依据新的情况来确定。”

北京商报记者 程铭劼 赵博宇

## 2020年中国K12在线教育App分布

