

多数生意萧条 有的“人去楼空” 明星开网店 就是图个热闹

文娱快报

葛优杀回贺岁档
出演《决战食神》



电影《锋味江湖之决战食神》日前在佛山开机，这部在香港国际电影节上曝光过海报的影片，汇集了谢霆锋、葛优、唐嫣、郑容和、白冰、杜海涛等人加盟。谢霆锋现场否认了该片改编自综艺节目《十二道锋味》，他表示剧本是完全不同的。活动上葛优正式宣布电影将杀入贺岁档，同时将是首部采用4D技术的华语美食电影。 据中新网

《百鸟朝凤》点映会
众星致敬吴天明



由吴天明执导，陶泽如、李岷城主演的电影《百鸟朝凤》将于5月6日公映。日前，该片在北京举办点映活动暨“大师之光”座谈沙龙。徐克、黄建新在映后座谈沙龙上追忆起与吴天明相识相处的点滴，谈及吴天明对中国影坛的贡献，感慨万千。徐克现场袒露心声：“我很想念他。”
《百鸟朝凤》是吴天明执导的最后一部作品。2014年2月，该片完成剪辑制作。一个月后，吴天明离世。 据新华网

《金水桥边》下周开播
破案专家显身手



由导演刘飏执导，黄志忠、李乃文、柯蓝、梁冠华主演的电视剧《金水桥边》将于5月2日在北京卫视开播。
电视剧中，黄志忠和李乃文饰演一对警察拍档。黄志忠饰演的钱有根是个名副其实的破案专家，技能和情商高超。李乃文饰演的孙光大战斗指数爆棚，但是情商却非常低。黄志忠和李乃文不只在电视剧里是过命的兄弟，在生活中也是好朋友。李乃文一贯出演“亦庄亦谐”的小人物，据说这次还是黄志忠推荐他挑战英雄角色的。 据中新网



李小璐

潘玮柏

伊能静

薛之谦

失败案例

周杰伦的货不好卖 黄晓明的店已歇业

不少年轻人对周杰伦的迷恋都不是一般的狂热，歌手、导演、演员，这些身份都满足不了周杰伦，于是，他又跨界在淘宝商城开店，成了网店老板。记者在网店“周杰伦Jaycn古董店”里看到，店铺里的宝贝不多，销售的都是T恤、短裤，以及周杰伦的专辑、电影周边产品。价格虽然很亲民，每件大多不超过百元，但累计的销售量每件也不过十几件。与很多网店有多个甚至十几个客服相比，周杰伦的店更是冷清，因为只有一个客服在帮他打理，况且在记者点开窗口和他对话时，对方的回复是“客服离开一下，吃饭中……”可见店铺生意比较萧条。

尽管经营一般，但周杰伦的网店好歹还开着，而“教主”黄晓明的网

店则已是“人去楼空”。黄晓明的淘宝店名叫“札菲网家居店”，据说是朋友帮忙打理的。曾经在卖的有音箱、蝴蝶造型的晾衣架、轻松熊形状的搓澡巾，但现在再搜，网站显示的是“没有搜到相关店铺”，显然店铺已歇业。

之前伊能静的“校长二手衣店”淘宝店也是风光一时。店铺所售的都是她仅穿过一两次的衣服，并且每件都有卖家秀，价格也很实惠，而且收入的百分之二十还用来做公益。不过，记者也没有搜到这家店铺。

李小璐也曾开过网店，销售自己的“LOVE LULU”服装品牌产品，还记得当时她在微博上猛给自己做了一阵宣传。可是现在无论是搜“LOVE LULU”，还是搜李小璐品牌服装室，都搜不到相关结果。

成功案例

李晨亲自设计童装 薛之谦电话服务客户

虽然不少明星开网店失败，但也有人把生意做得红红火火，比如主持人李晨和薛之谦。主持人李晨的潮牌店“NPC”，由他和歌手潘玮柏创立。用李晨的话来说，“NIC IS COMING”就是他的心血，他的孩子，也是一种态度。记者在李晨的网店看到，网店在售的都是T恤，价格200元到800元不等，售价不便宜，销售量却可观，而且已经升级当爸爸的李晨又做起了童装。李晨店的客服告诉记者，李晨对自己的品牌非常用心：“他会为喜欢他支持他的亲们亲自设计，所以衣服的品质和服务都力求做得更加完善。”客服还表示，尽管李晨不会亲自“看店”，但很多买家会在微博上直接@李

晨本人，告诉他店里的情况，衣服的品质和服务质量他都了如指掌。“潘玮柏每天也会收到很多买家的反馈。”

“新进段子手”薛之谦的女装品牌叫“UUJULY”，现在淘宝店依然健在，而且已经仁皇冠了，而且动态评分还不错。店内有五个客服在打理，只卖女装，几乎看不见薛之谦的照片，只偶尔出镜当一下绿叶。薛之谦经纪公司宣传人员杜女士告诉记者，薛之谦并没有太多利用自己的知名度为网店做文章，而是实打实地在做一个勤奋的店主，店里的女装价格很亲民，质量也不错。“他也很用心，有一次发错货，薛老板可是挨个打电话去道歉的。”

失败原因

明星不亲力亲为 产品没有独特性

曾记得淘宝网将那些有明星参与的店铺(不算代言类型的)称之为“星店”，给予特别的频道和支持。即便如此，如今打开这些明星店铺，几乎个个销量都惨不忍睹。明星给企业做代言，往往能“点炮”，自己的店铺却惨淡经营，怎么会出现这种状况呢？经营淘宝店十几年的店主张蒙分析称，想开好网店并不是想象中的那么容易，“首先你的店铺要专业，买家除了看信誉，还会观察店铺的各方面情况。所以，店铺除了要找专业设计师‘装修’，自己的产品也得学着进行编辑、美化；其次，产品质量一定要过硬，要迎合市场。”张蒙表示，其实淘宝卖家过的日子是挺苦逼的。相比之下，明星基本没有时间这么做，经营惨淡也在情理之中。

明星网店经营不善，还有很大一部分原因就是看不上这点小钱。据悉，“超女”出身的谭维维，微博上也有180多万粉丝。可是她在网店卖围巾，却没在微博上提这事，因此就有一大批粉丝压根不知道她开了网店。“他们开始可能是心血来潮，看到大家都开了，自己也跟风开一个。但相信他们很多事都不是亲力

亲为自己去做，时间一长热度慢慢散去，店铺也就荒了。”张蒙说。

“我认为很多明星开店铺并非本意，或许只是受经纪公司或团队的‘控制’罢了。”北京某影视文化公司工作人员小刘告诉记者，他曾多次点开过林志颖的网店，最直观的感觉就是，经纪公司在靠明星赚钱。“经纪公司手中握有明星的肖像权，只需要找一家级别相当的网店，改改店名，放上几张明星的靓照，一家所谓的‘星店’就成了。至于想法、策略、营销体系，明星不懂，经纪公司也不管。”

想要生意好，产品就要做到迎合市场的需求，“明星卖的商品没有独特性，一般网店也有同款，为什么粉丝还要花高价在明星的店里买？”张蒙表示，有些明星卖二手衣服，虽然是上身穿过的，但售价还是比普通衣服贵上好几倍，很多粉丝是买不起或者不愿掏钱捧场的，而能买得起这么贵衣服的人则直接去买新的，没有人会买二手货。

凭多年的经验，张蒙认为，明星要想将网店经营得风生水起，就要卖一些生活周边的东西，或者是亲手签名的“孤品”：“比如私橱的衣服，或者亲自签名就一件的东西，价格也不要太离谱，不要想着依靠名气做老板，这是行不通的。”

晚综