

深夜,多家卫视滚动播出一则广告,称“劳斯丹顿,手表中的劳斯莱斯”——中国档次最高的表,仅售2980元?



本报记者 曹刚 实习生 王瑜明

“劳斯丹顿,手表中的劳斯莱斯,全中国档次最高的手表品牌,其他品牌统统退避三舍。”近日,一个嘶吼的“男高音”回荡在深夜的电视荧屏上。

网友称他“史上最牛广告人”

此人自称侯总,在多家地方卫视台的电视购物广告里推销手表。他“表演”卖力,表情夸张、情绪激动、声嘶力竭,不时作痛心疾首状,被网友封为“史上最牛的广告人”。

他的“演技”得到网友一致好评,有人干脆直呼其为“金马影帝”,甚至有网友感叹:“以前觉得赵本山的小品最逗,现在算开眼界了,估计连赵本山都得被他忽悠乐了。”

在侯总的广告里,若干劲爆的字眼反复跳跃——“100%瑞士机芯”“100%南非真钻”“法国蓝宝石水晶镜面”“限量66块”“400多颗水晶钻”“全国最低价”。

昨天下午,记者走访多家世界名表及钻石专卖店,“老法师”们连连称奇:“世界名表里,有劳力士和江诗丹顿,但从来没听过劳斯丹顿。”

有的瑞士机芯只要10美元

瑞士机芯是侯总强调的“亮点”。业内人士透露,只凭“瑞士”两个字,不能完全代表手表品质。“有的便宜货,机芯进价只要10美元,只能用10多年。高质量的瑞士机芯,能用100年,价格至少上万元。”

侯总在广告里称,劳斯丹顿采用法国顶级蓝宝石水晶镜面,无论如何也刮不花。他还当场拿出小刀用力刮蹭,甚至搬出电钻,以证明表面的“金刚不化之身”。

一名“老法师”介绍,在高档名牌手表中,蓝宝石水晶镜面较常见,特点是耐磨。“尽管耐磨损,但是否耐冲击还要看实际情况。如果从高处摔落,也可能会损坏。”侯总宣传的劳斯丹顿经典真钻手表,售价2980元,但“单配一块蓝宝石水晶镜面,开价约2000元”,更何况是“法国顶级”产品。

0.061克拉的碎钻不值钱

“11颗南非真钻,每一颗0.061克拉。”广告里,侯总说到0.061时,故意提高声调,生怕别人不知道钻石有多大。他还“谦虚”地补充:“我刚才一直说0.06克拉,你们知道我这个人有多保守了。”

昨天下午,记者走进一家品牌钻石经销店里,要买0.06克拉的钻石。“0.6克拉?最便宜的将近2万元。”营业员热情地介绍。当她听清小数点后多加一个0时,不屑地摇摇头说:“0.06克拉?没搞错吧,这么小的碎钻,就像垃圾,不值钱,我们根本不卖。”

记者再问:“11×0.06克拉不就相当于



■ 劳斯丹顿电视广告的截屏图

本报记者 雍榕 摄

【焦点背景】

侯总在博客里称:“用生命在经营品牌”

侯总原名侯兴祖,2001年起在台湾东森购物台推销劳斯丹顿,一炮而红,近日转战祖国大陆。6月14日,他在新浪网开博,连发2篇文章,回应质疑。他表示:“我不是最牛的广告人,而是用生命在经营品牌的人”。

他在博客里称,自己担任品牌经理已6年。“我们公司代理的商品,销售数量已高达几十万件,业绩一直处于行业第一名,深受广大客户的肯定。”文字风格一如他的语言。“我在节目上的激情,完全来自对商品

本身的了解,以及由此产生的自信感,绝非乱吼乱叫。”侯兴祖的博客推出后,迅速被推到新浪博客首页,短短几天内,流量突破10万。

侯总把网友的质疑,归咎为电视购物的大环境欠佳。去年8月1日起,药品、医疗器械、丰胸、减肥、增高产品的电视购物节目,在所有广播电视节目中暂停播出。侯总说:“政府大力辅导电视购物业者制定相关规范,大家可以越来越放心。”

400多颗水晶钻不是“钻”

侯总推销的劳斯丹顿手表中,有一款售价较高,达12000多元,一大卖点是“镶有400多颗水晶钻”。

除了照例怒吼“400多颗”,侯总还“请”出一件检测工具,美其名曰“国际测钻笔”。“在钻石上一点,如果是真钻,就会发出声音。”一番试验后,果真乖乖“真钻”。东华美钻专卖店的一位老法师介绍说:“鉴别钻石真伪用的是热导仪,操作没有那么方便。”

“水晶钻”“水钻”“晶钻”等说法,站不住脚。“这不是钻石,多半是人工晶体,属于‘仿钻石’,普通消费者很难用肉眼分辨。”老法师说,“仿钻石”由模具批量制造,每克拉的成本在10元到50元之间,有的甚至是玻璃制品,成本才几分钱。我国2003年发布的《珠宝玉石名称》规定,假的钻石,要么不能叫“钻”,要么须加上“仿”字。

不少电视购物广告都“忽悠”

侯总“一鸣惊人”后不久,很多同行纷纷涌现。他们也许在“演技”和“气势”上略逊一

【焦点关注】

侯总的粉丝叫“猕猴”

“我已经做成手机铃声了,每天要听侯总喊几声,才痛快。”与电视购物公司期待的“产品受捧”不同,侯总本人成了网友热议的对象。

侯总登大陆后不久,在网上吸引了众多“粉丝”。他们自称“猕猴”(迷恋侯总的“粉丝”),每天到论坛交流观后感。不少“猕猴”说:“不看侯总的节目,睡不着觉。”

网友“zgq3d”称:“本来深更半夜的电视购物节目,大都是一些减肥壮阳增高丰胸产品,早看腻了。直到有一天,在闪烁的光芒中,来了喜剧明星侯总。”

有些网友认为,侯总的销售技巧不道德。另一些网友却不以为然,反驳说:“没必要太较真,看着高兴就行,有几个人会上当?”他们呼吁:“不要禁播侯总的广告,它已经变成很多人睡觉前的娱乐节目了。”

【焦点链接】

侯总的经典瞬间

◆ 一番大吼大叫后,侧头摆臭脸,看上去气乎乎的,像在抱怨:“我侯总亏本甩卖,你们不买,就是对不起我!”

◆ 使劲敲桌子,有节奏地、声嘶力竭地说:“全世界任何一家专卖店都不会有更便宜的产品。破盘价998!破盘价!(怒吼)不是破一片,是破了十几片。”

◆ “我不是为了赚钱!这么好的东西拿到国外,10倍的价格早被抢光了,根本不要做广告。”

◆ “我相信一说出价格,我们的电话肯定要被打爆的!你猜多少钱?只要2980元!一共只有66块手表,如果你错过了,那么我恭喜你,你买不到了。”

筹,但推销伎俩差不多,无非是“过度夸张”“避重就轻”“偷换概念”等。

眼下,“忽悠”已成为电视购物广告里较普遍的现象。这些广告差不多是一个模子里刻出来的,习惯用高轰炸、高重复的手法吸引眼球。使用肯定、煽情的语言,让人怦然心动。它们为什么能高密度、长时间在电视台播出?是利益驱动。

一家卫视的广告部经理透露,现在许多电视台的广告时段填不满,与其让这些时间闲置,不如“赌一把”,先赚钱再说。

电视台黄金时段的广告要价高;而凌晨、下午等时段的价格便宜,每分钟只要1000多元,甚至几百元。这些违规广告一般以“量大”来打动电视台。“只要密集轰炸,消费者打开电视就有机会看到广告,我们就能赚到钱”。

电视购物公司与生产企业按事先约定分成,业内规则是生产企业拿三成,因为部分利润必须变成回扣去“运作”电视台的广告公司或广告部。产品本身的成本不高,公司主要投入都花在广告和电视购物节目上。电视等媒体成了实际的获益者,甚至有些媒体对电视购物节目产生了依赖。

评论 07070310301

新民网互动平台:请访问 HD.XMNEXT.COM,在页面搜索框输入文章后编号即可参与互动。 评论:访问记者的博客 详细:获取更多信息 评论:发表评论 调查:参与投票 报道:提供新闻线索或与本文相关的信息 征集:征集新闻线索、征文等



无论写报告,还是提方案,只有材料齐备才能胸有成竹。然而有价值的材料往往过于分散,难于收集,不便整理。e摘客资料笔,任何场合,只需一刷,资料自动进笔中,轻松解决资料输入、摘抄难题,大家欣喜地称

做报告、写论文、提方案,没材料怎么行?

笔式“复印机”:资料一刷进笔中,随时随地摘信息

之为笔式“复印机”。以前科幻影片里才有的产品,如今就在你手中。为自己准备一款e摘客资料笔,为成功助一臂之力!

全新输入方式 每分钟几百字

e摘客资料笔,内置荣获06年国家科技进步奖的汉王OCR识别系统,脱离电脑,在纸面上直接摘取文字信息。操作极简便,只需对准文字轻松一刷,资料即时进笔中,书籍、报刊、文件全识别,准确率99%以上,每分钟可录几百字!能存999个文件,450余万字,容纳中国四大名著绰绰有余。笔中的资料,随时查阅,也可导入电脑、智能手机、PDA,进行编辑、引用。

写出新东西 没有材料怎么行

准备发言、总结报告,就是要与时俱进,写出新思路、新内容。e摘客资料笔仅重90克,可随手放入口袋,携带方便,在商务出差、基层考察工作中,一旦发现优秀的材料,一笔扫尽,尽在掌握!写总结、做报告,都能引经据典,天下文章为我所用!

让单位省下买书、复印钱

浏览新书,想要的资料只有个别章节,买书?为部分内容买一本书,不划算;复印?浪费纸张。e摘客资料笔能存几千页纸,想要的资料信手摘来,直接进电脑,大家都能看。用资料笔,够经济。

超大词库 即时翻译

拥有30万大词库,强大的中英文互译功能,轻轻一刷,即时翻译,标准发音,让你阅读和学习不再有障碍。

时尚礼品 新颖独特

送礼就要避免雷同。e摘客资料笔,流线型外观时尚,能给客户留下深刻印象,一用就想起你!免费体验活动火热报名中,每天前十位预约的用户可享受免费上门,现场体验服务!

咨询: 8008108818、021-64272591。
www.hw99.com

