

精品
导报

主办：石家庄日报社
执行总编：磨建昆
视觉总监：计丽莎

运营：河北明胜资产管理有限公司 青米传媒
联系电话：88629305 88629439

微博地址：weibo.com/jpdb

本报地址：石家庄市中山路 313 号新闻大厦 9 层

邮政编码：050011

国内统一连续出版物号 CN13—0029 邮发代号：17—75

AR 技术支持：石家庄拙木网络科技

所有不一样的目光注视之下
都有着一样的因由
因为你暗戳戳的完成了与众不同
嚼蒜归嚼蒜，姿势依然摆得漂亮
个性归个性，反正不能输了气场
你自带热搜体质
展现着众生世相
你适时地帮人装腔
你时常助力情绪释放
好吧，亲爱的网红小店
当你踏上 C 位出道之旅
请给个最牛掰的亮相



■一品昆曲

C 位简史 漫话一个族群的生意和生活

听说，在我们这座网红小店正蓬勃发展的城市，会因为更多商业大咖的改版升级和重装入驻而捧红更多的特色店。给你刷透一点点，即将完成改装重新亮相的新百广场，门口处会有一家粉色系主打的网红冰激凌店 33ICE CLUB 开业；将于 11 月上线的万象城，其中也不会少了网红的精彩入驻……惊不惊喜？期不期待？

其实，网红店的故事一直都在江湖上流传……

远在“C 位”这个词还没有抢占到潮词界的 C 位的时候，世人已经知道，要带动全场节奏，要占据主力地位，才有可能晋级业界翘楚。

汉朝时期，卓文君与司马相如一见钟情，携手私奔。为谋生计，娇美聪慧的卓文君当垆卖酒，司马相如打杂相伴，一时传为佳话。以卓文君和司马相如的才情，酒馆的装修设计想必是精致美好的，再加上文人跨界搞经营的卖点，两人妇唱夫随的情感营销……几点元素综合下来，这样有美人有爱情加持的酒馆，一定会成为“网红店”吧，卓文君身为女子的“离经叛道”本就吸引眼球，担当着高颜值有情怀的使命。

普通的店铺千篇一律，高段的经营各具特色。

相传苏东坡被贬海南时，有一位老奶奶的饼铺偏僻生意不好，她很有商业头脑的请了苏东坡为其店铺作诗，苏东坡挥笔写下：织手搓来玉色匀，碧油煎出嫩黄深。夜来春睡知轻重，压匾佳人缠臂金。老奶奶把诗挂到店门外，饼店迅速成为爆款，名人效应发挥得淋漓尽致，基本相当于今日的大 V 推广。

好吧，千百年来，时光流转，技术更新，就算历史上的“网红店”还没明白自己究竟如何抢到了 C 位，但之所以能脱颖而出，其特质一脉相承，基本逃不脱三板斧：一要有颜值，二是玩创意，三得在营销中切合消费者心理需求的“痛点”。

颜值要高，有颜才能任性啊，亲！

我们对一切好看的东东基本都没有抵抗力，谢谢！

有人说“网红店”的颜值比味道更重要，美颜才能让慕名前来“打卡”的年轻男女晒得一手好朋友圈。

比如，每个女子都有一颗少女心，粉红色系的网红店就颇有越战越勇之势。比如，年轻人愿意在朋友圈分享，那么即使是

售卖的一款甜品，也要美到骨髓里，漂亮的盘子，鲜艳的食材，要不负相机不负卿才好。就连店主，大家 GET 到的点也常常是店主小姐姐人美且 NICE，又或者店主小哥哥又帅又潮。

跨界创新，超出产品之外的特效才吸睛啊，亲！

网红店一定会有区别与其它店铺的记忆点，而要引起注目进而被记住，跨界是个妙招。基本上是，你的脑洞有多大，界跨的有多出乎意料，引发的关注就有多强烈。尽管它看上去并不像它本来所要表达的行业意图。

你以为它跑偏了，其实它在用跑偏的部分抓住消费者的目光。举个例子，咖啡馆里玩转撸猫主题，这样的店铺吸引的是爱猫人群，也附带着休闲诉求，用跨界完成了更强的吸附力。

痛点营销，无招胜有招的招式才是高招啊，亲！

不是在消费，而是在社交。这是网红店的统一画风。

而社交，往往需要切中心理需求的“痛点”。泡面店成了网红，那份怀旧感大概正是你的心底诉求；奶茶店，通过技术手段完成消费者的问题解答，好玩儿才是最抓人的手腕……反正，好玩，情怀，猎奇，刺激，年轻的心有怎样的躁动，网红店就可能切合着你的躁动应声而来。

消费不仅仅是以钱易物，在网红店的抢 C 之路上，分享和体验很重要。而经营网红店的诸位，正是随着分享和体验式商业趋势长大的一代，他们大多是 90 后的帅哥美女，他们往往不差钱，所谓的“网红店”很可能是他们的副业，他们任性着玩着。他们的生活就是生意，他们的生意也是生活，他们引领了城市潮流新力量，做出了城市商业的新表达。

当然，诚如人民日报对网红店的评论所说：一个好点子不足以长久地支撑一桩好买卖，有真品质、有创新力才能有回头客……

所以，城市商业体系中期待着更有创新特色的店铺。

而现在，我准备去网红店打卡，也许会有所发现，走着！

磨建昆

那些年，我们追捧过的“网红店”

石家庄最早的网红店雏形：五七路板面

这个在 90 年代就火爆全城的、甚至算不上店铺的摊位，江湖上一直流传着关于它的传说，据传时常有宝马车疾驰而过，乍然急刹，西装革履派头十足的老板下得车来，直奔板面摊，来一碗壕配板面，吃得幸福……想想都觉得画风清奇。大概这位大佬在不觉间成了板面店的“代言人”，助力了它蹿红。

遍布全国的装格调网红店：星巴克

说到拿捏调性，没有谁比星巴克更来劲，尽管他家的咖啡，



在懂咖啡的人眼中实在算不上高段位，但在这个从店面装修到氛围营造再到宣传理念都讲究格调的地方，来客的身份悄然间被包装，然后，我们就都被套路了！

咖位最高冷的“网红店”：故宫博物院

近年来，无论是文创、微故宫微信平台、对媒体和商界越来越开放的态度，都让故宫走下神坛，成了网红界的一股清流。当然，保护文物、传递中国传统文化中的精致美学，这些根本不能丢，唯其如此，卖萌和开放才更有意义。

扫一扫 关注我



精品导报微信服务号 精品导报微信公众号 精品导报官方微博