

入选中欧商学院EMBA教材超级女声花样又翻新 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/244/2021_2022__E5_85_A5_E9_80_89_E4_B8_AD_E6_c71_244057.htm 中欧国际工商学院已

选用此案例“超级女声”，这场“大众娱乐大众”的平民狂欢故事将摆上经济学院严肃的书桌。现在，中欧国际工商学院已经决定把“超女”案例写入最新的营销教材，供付出高额学费的EMBA学员讨论学习。“超女”案例的营销学价值“超女”营销案例的幕后策划者孙隽告诉记者这个消息。“‘超女’很娱乐，但它绝对有严肃的营销学术价值，足以记入中国的电视史和营销史。”孙隽说。这个1999年中欧国际工商学院EMBA的毕业生准备把亲自操刀的案例送回母校。

“超女”为何值得EMBA讨论？孙隽说，通过研究“超女”，营销人员可以更懂得新媒体的作用，懂得产品传播不光是靠广告，还可以与节目结合，而媒体人也可以更明白娱乐如何创造流行。实际上，更具有“营销”意味的是，孙隽“接受邀请撰写教材”本身就可以看作“超女”后期营销的关键一步。记者得知，9月初，当公众对“超女”的热情刚刚有所减退，孙隽就花了不到一个月的时间写出主打“独家披露超女内幕”新书《超级女声超级策划》；现在，他又准备把“超女”案例带进经济学课堂。“超女”营销还能再开发“超女”的火爆使孙隽和他先后供职的蒙牛、移动增值服务提供商掌上灵通在此过程中都获益匪浅。孙隽说，凡在“超女”这条链上的几乎都成了赢家。在全国总决选期间，“超女”在首播时段收视率连续7次雄霸全国第一。随着收视率的狂飙，“超女”的广告价格涨到每15秒7.5万元，总决选广告

更是开出每15秒11.25万元的天价。作为合作方，蒙牛酸酸乳的销售额由7亿元上升到25亿元。还有经纪公司、众多媒体、合作的网站、无线增值服务公司……“我希望把这本书、这个案例当成小结，承前启后。”在孙隽的计划里，今年的“超女”操作只是第一次尝试。现在，他从蒙牛液体奶市场总监变为掌上灵通的副总裁，下一次借助“超女”的营销计划将会集中在新媒体上。“比如，我们可以在短信投票时就提供‘超女’视频的下载、头像的下载、短信铃声的下载，”孙隽说，“这么多好点子，怎么想得完，怎么做得完呢？”

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com