

案例 49：巧妙利用“海派”心理

奥普浴霸现在是国内浴室取暖产品的第一品牌。其创始人、杭州奥普电器有限公司董事长方杰，在 1993 年将浴霸产品引入中国的时候，国人尚没有在浴室吊顶的概念。方杰想了一个办法，将浴霸定位为时尚产品，并且专门针对那些二十来岁的漂亮姑娘进行营销。方杰的说辞是：“我是国外留学回来的海归派。在国外作为一个白领能不能在家洗个澡，是一个时髦的生活方式，是你家里面生活状态的一个标志。”海派小姑娘的标志，就是崇洋媚外，瞧不起“自己人”，如果有任何东西，能够将她们同周围土里土气的“自己人”区分开来，她们愿意付出任何代价。方杰就巧妙地利用了上海人的这种“海派”心理，将奥普浴霸在上海滩一炮打响。