

旅游营销如何打好“影视牌”

近年来，越来越多游客受影视流行文化的影响来选择出游目的地，也让许多曾经名不见经传的地方一跃成为备受追捧的热门旅游地。据国内相关旅游网站显示，受影视剧和综艺节目热播带火的目的地数不胜数。国内目的地包括上海、三亚、北京、香港、澳门、厦门、杭州、大理、丽江、成都等主要旅游城市。广州长隆度假区、古北水镇、普者黑、婺源等在大小荧幕上的频繁入镜，受到不少游客热烈追捧。境外泰国、土耳其、阿联酋、新西兰、美国、日本、西班牙、意大利、捷克、南非成为最受关注的境外旅游地。

在近年的旅游市场，影视流行文化正逐渐成为刺激游客出游的理由。一部剧、一个综艺节目、一首歌曲，带热一个取景地的情况并不鲜见。

明星效应促成出游热点

“今年看了一档综艺节目《中餐厅》，原来泰国还有象岛，这不和老公来玩玩，还特别找到餐厅前那棵树，模仿赵薇和黄晓明当时的镜头拍了张照片，感觉好浪漫。”游客赵女士说。

今年，湖南卫视推出了由赵薇、黄晓明、周冬雨、张亮、靳梦佳五位合伙人搭档的明星综艺真人秀《中餐厅》。自开播以来，一直受广大网友追捧，同时也让作为节目取景地的泰

国象岛一炮走红。据驴妈妈旅游网数据显示，自8月以来，预订泰国象岛旅游产品的人次增幅明显，是去年同期的2.4倍。从预订客群来看，主要以80后、90后游客居多，纷纷前往节目中的取景地餐厅打卡。

“大连城堡酒店，在星海广场附近，邓超在这个酒店窗户边上拍了一张照片，使这个酒店一夜爆红。”银座旅游目的地营销经理孟绍梁说，大连这个酒店，因《奔跑吧兄弟》一期节目爆红，类似这样的综艺节目和明星效应是分不开的，影视流行文化对年轻人的影响力可见一斑。孟绍梁表示，旅游是文化生活的一部分，一个成功的景区，只有把自己同文化密切结合，才有生命力，最好的景点营销，就是把景区营销成文化符号。

一首歌唱红一座城

“我抬眼是千佛山的轮廓，我闭眼是大明湖和护城河，趵突泉在我耳畔喷涌着。”一个土生土长的老济南人，将“家家泉水，户户垂杨”的景象通过一首歌唱了出来，一首《济南济南》，让很多外地游客认识到了济南，来到济南。

“听完这首歌，又想去成都走走了，走走宽窄巷子，在巷子深处坐下来喝杯茶，别提多惬意了。”今年年初，一首《成都》让赵雷爆红，同时这首歌让成都这座城市再次成为了旅游

热门城市。让初识成都的很多人，都想要到成都的街头去走一走；让来过成都的人，想再次回到成都，找寻歌词里的意境。

影视热剧使景区一夜爆红

近年来，《爸爸去哪儿》《奔跑吧兄弟》《花儿与少年》《琅琊榜》《三生三世十里桃花》等大批影视剧综艺节目的热播，让拍摄地也跟着红了一把，原本一些不知名的旅游景点、古村落也来到了大众视野。

“《非诚勿扰2》与《hold住爱》，这两部电影把海南旅游推向了一个高潮。”孟绍梁告诉记者，海南的亚龙湾与呀诺达，这两个地方都是人工景区，没有历史沉淀，却通过电影，把这两个景区成功地推广，成为海南不可缺少的景区之一。“现在去海南的行程，一般这两个地方是二选一的。”孟绍梁说。

从影视旅游热门目的地的分布来看，秀丽的湖光山色、绝美的海滨风光和独具特色的异域风情依然对游客最具吸引力。在《爸爸去哪儿》里亮相之后，云南普者黑万亩荷塘以及典型的山水田园风光给全国观众留下了深刻的印象，让这个曾名声不显的景区一瞬间红遍中国。今年年初，随着电视剧《三生三世十里桃花》的热播，作为剧中“青丘”取景地的普者黑再度受到游客追捧，相关线路的销量倍增，也成为今年旅游市场的一大亮点。

旅游+影视引领旅游营销新模式

“很多影视节目中出现的地方，多由于偏远，并不出名，节目的播出等于起到了宣传作用。”孟绍梁说，例如牡丹江双峰林场，素有“中国雪乡”之称，《爸爸去哪儿》、《闯关东》、《大约在冬季》、《林海雪原》、3D《智取威虎山》都在此拍摄，因此让很多人认识了这里。《太阳的后裔》让希腊成为今夏年轻情侣热捧目的地，《三生三世十里桃花》则带火了春季赏花海。

“这种旅游+影视的模式很早便有了，如上世纪90年代初无锡的三国城因《三国演义》而红，唐城因《大明宫词》而火。后来才逐渐形成影视基地，从而形成一种模式，借用这种模式发展旅游。”济南大学张志全说，当一个地方随着影视作品的热播而逐渐进入大众视角，人们不再局限于单一的观赏，而是希望如同影视剧所说过去感受体验。同时张志全表示，我们要认清这种模式的本质，影视的作用在于宣传，可以在短时间内迅速提高目的地的知名度。旅游目的地能否长久繁荣，应靠知名度和美誉度共同提升，美誉度的提升，还是要靠旅游产品本身的品质。基础设施是“保健”因素，自然景观的吸引力，人文景观的文化内涵，是旅游产品的核。

(刘辉)

海唐公关与微思敦达成战略合作合力掘金移动营销

12月20日，中国公关新锐公司海唐公关与中国领先的移动营销服务商微思敦达成战略合作。双方宣布将在整合营销、公关传播、信息流广告以及MCN领域达成多项合作，在移动营销领域为品牌客户提供更加多元化、效果化、精细化的营销服务。

近年来，随着人工智能及移动互联网的迅速发展，公关营销领域面临数字化、移动化、效果化的机遇，广告市场也面临社交广告、信息流广告、原生广告等市场机遇。据艾瑞统计数据，预计到2018年移动营销市场规模将达3000多亿。微思敦与海唐公关的战略合作，将从公关、广告、营销的一体化成为双方整合营销打开全新增长空间。

对于本次合作，微思敦移动营销创始人兼CEO张先锋表示：“微思敦在移动互联网领域深耕多年，擅长各类信息流广告的优化投放，基于大数据和程序化购买平台，已经助力1500多个品牌领潮移动时代。

海唐公关董事长兼CEO段志敏表示：海唐公关目前正在布局整合营销、广告、新媒体三大业务板块。伴随信息流广告成为营销行业主流趋势，海唐与微思敦强强联合，将有助于海唐公关迅速在数字广告行业打开局面，与目前成熟的公关业务形成客户协同效应，为品牌客户提供更好的营销服务。”(吴名)

阳光灿烂与派瑞威行强势合作探索营销品牌联动新模式

近日，阳光灿烂娱乐宣布与知名广告公司派瑞威行广告达成战略合作。这一战略合作标志着双方就“营销+品牌”的优势展开深层影视合作，实现业务水平与服务质量的提升。

阳光灿烂娱乐成立于2016年，是行业内新兴的全方位娱乐产业营销公司，依托于拥有大量制片经验的伟世兄弟传媒，力求为行业影视项目定制完美的全平台、泛娱乐式营销服务。在成立的一年多里，阳光灿烂娱乐先后参与了电影《完美有多美》、《槟榔血》、《妄想症》、电视剧《莫斯科行动》等项目的营销推广及商务合作。同时参与了《日常幻想指南》、电视剧《发小儿》、电影《发小儿》等项目的前期宣传和商务筹备工作。并与蒙牛、TCL、Roseonly、百雀羚等多家品牌进行联合推广，强化观众对于影视作品的认知和兴趣，同时为企业客户阶段性的品牌推广任务助力。

派瑞威行作为科达股份集团全资子公司，拥有目前国内行业内规模最大、专业水准最高的团队，是国内信息流精准广告投放量最大代理公司。最近，派瑞威行整体业务呈爆发趋势，同比增长超过100%，预估2017年业务额可达60亿。公司凭借8年来对互联网行业和互联网媒体的深刻解读以及资深的操盘经验，已成为国内最大的移动营销和精准营销服务公司，服务客户数百家，布局广泛，专注行业头部客户，打造了互联网最优质强势的媒体推广矩阵，在电子商务、网络行业、互联网金融、游戏行业、在线旅游均有深度捆绑，为腾讯系、阿里系、今日头条提供精准营销。

派瑞威行的老总基于此次与阳光灿烂的合作说道：阳光灿烂娱乐自成立以来，一直以来从客户出发，了解客户的需求及兴趣点，深度挖掘每个项目的优势，不断更新市场大环境信息。基于片方提供的优质影视剧内容以及企业客户提供的稳固精准的传播渠道，阳光灿烂娱乐将双方的优势完美地匹配，互相助力将热度蔓延到极致，实现效果最大化。阳光灿烂娱乐CEO廖婧希说，影视剧与品牌双方的合作已经有很长的历史，现在却依然只停留在商务植入或者资源置换等流于表面的形式，其实影视剧的受众与品牌的受众有很大的重叠部分。阳光灿烂娱乐作为影视作品自身内容与品牌营销之间的桥梁，此次与派瑞威行的合作将告别传统影视剧营销渠道，根据影视作品及艺人，通过专业的分析，结合以下热点，使片方的内容利用品牌的渠道以点带面更好地下沉至受众。同时，根据品牌属性特质、受众人群，定向使其与影视作品联合，加强品牌价值传递，达到优质传播效果。(凤凰)

双龙煤业：开创工会扶贫工作新局面

自党的十九大胜利召开以来，双龙煤业工会以基层工会工作改革为契机，以“五好”工作为抓手，以党的十九大精神为统领推进工会工作，切实履行忠诚党的事业、竭诚服务职工的使命和担当，以新时代的新作为开创工会工作新局面。

当好“宣传员”，发挥宣传引导作用。该矿工会以基层车间工会为单位，组织引导职工代表经常探望困难职工家庭，宣传相关脱贫攻坚文件精神、法律法规和惠民政策，解答群

众疑惑，把“内因”激活起来，促使群众自立自强，提升自身“造血功能”，营造人人知晓、人人参与的浓厚氛围。

当好“参谋员”，发挥建言献策作用。依托工会主席接待日活动、走访征询等载体，深入贫困户、特困户实地调研，听取和收集基层干部群众对于扶贫工作的意见和建议，了解群众的思想、生活状况，并分析贫困户致贫原因，提出较高参考价值的对策建议。

一汽马自达价值营销凸显成效

日前，一汽马自达宣布“全新进口Mazda MX-5 RF 旗舰限量版”正式启动预订，在全国指定的96家经销商限量销售500台。

MX-5代表着最纯粹的马自达，在丰富一汽马自达高端产品阵营的同时，也为品牌注入更丰富、更多元的内涵，全面提升一汽马自达在国内的差异化品牌形象。

“一汽马自达在2017年所取得的一系列优异成绩，源自我们对价值营销理念的贯彻实施。”一汽马自达汽车销售有限公司常务副总经理郭德强介绍，无论是MX-5 RF的引入，还是各类营销活动的落地，都体现了一汽马自达“价值营销”的理念：即通过真诚地建立与客户的信任关系，以追求产品价值认知、认同为核

当好“服务员”，发挥示范引领作用。矿领导和部门主管带头联系帮扶贫困户，协调解决脱贫攻坚工作中的各类难题。每名代表联系1至2名贫困户，制定帮扶计划，多措并举给予帮扶，解决其生产生活中的具体困难和问题，拓宽增收渠道，做到了真扶贫、扶真贫。

当好“调解员”，发挥维护稳定作用。各车间工会针对开展活动中发现的各种矛盾纠纷及时与党群工作部、工会主席进行联络沟通，

共同商议化解矛盾纠纷办法，促进扶贫工作落到实处。

当好“监督员”，发挥监督评议作用。矿领导在精准扶贫过程中从严从实履行监督评议职能，对各级脱贫攻坚工作中存在的不严不实、群众反映强烈问题，及时予以指出和纠正，提出整改建议，对整改措施不落实或进展迟缓的运用询问质询制度，开展专项询问质询活动，倒逼脱贫攻坚工作提质增效。

(李彬 李俊芳)

北奔重汽全面布局 2018 年营销渠道深度发展

继11月29日在行业内率先召开2018年供应商年会后，中国兵器北奔重型汽车集团有限公司又于12月13日邀请营销精英召开“强基础、提能力、合作共赢”为主题的商务年会。通过与合作伙伴提早布局上下游产业链发展的新战略新举措新发展，聚势谋远，再战征途。

2017年以来，北奔重汽全面学习贯彻党的十八届八，十八届历次全会及党的十九大精神，深入落实国资委专项治理、中国兵器工业集团工作会、自治区建设亮丽内蒙古及包头市提档升级要求，紧紧围绕建设军民融合创新型重车企业目标，以“深化改革调整、加快创新驱动、全力提质增效、实现战略转型”为主线，加快推动军民融合、中国制造2025战略落地，各项重点工作成果丰硕。在上级领导、合作伙伴的关怀支持和协力奋进下，截至11月底，签订合同13062台，同比增长54.18%；其中，国际市场签订合同2091台，同比增长30%，出口交货值突破7亿元。

军民融合创新格局具备规模 产品结构调整成效显著

全面落实兵器集团科技创新大会部署和科技创新20条要求，依托兵器集团雄厚军工技术积累及军民融合产业优势，坚持构建全

要素、多领域、高效益军民融合创新发展格局，形成独具北奔特色的“双轮驱动”产业发展模式及可持续发展的重要支撑。

紧盯市场需求，坚持“有所为、有所不为”，按照“平台化、模块化、系列化、标准化”开发思路，形成了NC80、NC08、NG09、NG10四大产品平台。平台产品领域采取“差异化”产品竞争战略，细分市场产品采取“目标聚焦”产品竞争战略，开发具有技术竞争力的特色产品，集中精力打造特色明显、优势突出的主打产品。

加快军民参研机制体制创新。通过成立特种车辆研究所，做好项目平台顶层设计，最终实现军车项目研制成功。

围绕产品短板，在NG09平台上集中精力开发了高效物流牵引车V3ET产品，形成与竞争对手差异化的四大核心技术，并累计进行10万万公里可靠性试验，B10设计寿命达到150万公里。在NG09平台上进行牵引车系列化开发，已完成V3ET6x4天然气牵引车方案设计等，逐步形成全系列产品，满足细分市场需求。

重点落实“质量和成本是设计出来的”理念，强化精益研发。今年重点对V3ET牵引车产品，围绕降重、降本，提质共完成48项设计优化及39项质量提升，实现单车材料成本降低9206元，降重270.56kg。V3MT产品完成

100项改进优化，降重350kg，与V3ET模块通用率提高30%，有效提升了产品市场竞争力。

围绕“高、精、特、专”，做强北奔优势产品。为适应新法规要求，全面研制成功法规轻量化自卸车。完成优势产品自卸车包括渣土、矿用、运输类自卸车近50项设计优化提升，舒适性提升12%，与V3ET、V3MT模块通用率提高22%。

通过坚持创新驱动，北奔重汽产品结构调整效果全面凸显，新产品贡献度超过83%，实现历史性突破，其中牵引车比例超越传统优势自卸车产品成为主力车型，跟上行业主流发展。

国内国际营销渠道深耕营运 三大目标市场增量迅猛

坚持市场导向和问题导向，北奔重汽主要领导带队深入国内国际市场终端用户、重点经销商、细分市场展开深度调研，常态化、动态化、数据化科学研究行业情况、产业政策、主流产品、营销动态等情况，全面掌握市场发展态势，制订全新的营销政策，差异化营销策略，有力促进新产品入市、优势产品打赢。

品牌传播、市场推广、渠道管理效果初显。一方面以“多、快、好、省”“安全产品优势、

卖点、买点形成北奔特色，体现专业水准。同时在“走出去、请进来”进行多方面联动，全力提升针对性、持续性、特色性产品推广总体水平，市场推广活动超过500次。全面加强渠道管理和运行质量，国内市场渠道建设新增28%，国际市场渠道建设新增50%。新渠道销量贡献达30%，特别是以V3ET为代表的新产品市场竞争力和影响力不断扩大，渠道发展的质量和实力逐步显现，渠道库存仅为465台，渠道回款率达91.5%。

深耕细作中高端、外贸、军品三大目标市场，市场开拓实力有效增强。中高端市场，V3ET牵引车销售突破2000台，其系列产品经济型车V3MT销售超过4000台。借助地方政府资源推进北奔城市渣土车在呼市、包头、杭州、合肥、上海等地销售，已签订合同近3000台，仅内蒙古当地销售即超千台。外贸市场，持续培育和强化北方公司平台、自营出口平台和授权出口平台三个营销主体。依托北方公司国际化经营平台，充分发挥“需、技、工、贸”全价值链一体化运作优势带动产品出口。73台北奔重卡中标智利政府采购项目，197台北奔重卡批量出口古巴；对蒙古出口250台，同比增长4.5倍，市场占有率超40%。军品市场，主动适应军品竞争性采购体系新要求，密切跟踪军方重点项目，签订军品合同超500台。(北重)

便民服务 QQ:3329295109 收费标准: 65元/行/天(13字1行) 广告热线 028-69959066 地址: 红星路二段70号四川报业集团3楼310A

●注销公告: 成都清森海沐健康管理有限公司(统一社会信用代码:91510108MA61TC7J11)经公司股东成员一致同意,决定注销,清算组由杨海青、张婧组成。请债权债务人在本公告见报之日起45天内到成都市成华区万科北街19号向公司清算组申报债权债务。特此公告! ●四川框景苑文化传播有限公司 营业执照正本(注册号510104000117520),税务登记证正本(税号510104577379713),组织机构代码证正本(代码577379713)遗失作废。 ●成都麦划网络科技有限公司 (税号:510108343019870)发票领购本遗失作废。		注销公告 四川美居装饰工程有限公司(注册号:510105000319232)经股东会决议决定注销,请债权债务人在本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。 ●成都顶森贸易有限公司 在工行成都红星路支行的开户许可证遗失,核准号J6510032489202,账号44022590090068819,特此声明作废。 ●成都吉旅商贸有限公司 税务登记证正本(川税字510106050099264号)遗失作废。 ●四川振中锂电科技有限公司 成都分公司(统一社会信用代码:91510104MA6213XQ53)营业执照副本遗失作废。		清算公告 经股东会决议,四川金襄黄金珠宝有限责任公司决定解散。清算组由熊德、刘爱斌、于敦波等人组成。请债权人自本公告之日起45日内前往成都市武侯区洗面桥街31号2楼201号向我公司清算组申报债权。特此公告。联系人:赵晓伟 电话:13281494505 2017年12月29日 ●成都汰丽雅洗涤用品有限公司 (统一社会信用代码:91510106MA61TNUQ3K)营业执照正本遗失作废。 ●蒋建菊 遗失成都市景茂成德置业有限公司开具的售房专用发票收据,收据号码:00035673,金额:1000000元,声明作废。		注销公告 成都市杉旭科技有限公司(统一社会信用代码:91510104MA6CN1PU11)经股东会决定注销,请债权债务人在本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告 注销公告 四川省勇昌园林景观绿化工程有限公司(注册号:510000000118633)经股东会决议决定注销,请债权债务人在本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。 ●四川图途服饰有限公司 , 发票票专用章,编号:5101055032381, 1, 金额20000元, 票据号:JC201603181233839, 金额27万元)不慎遗失。 注销公告 成都泰瑞商业管理有限公司(统一社会信用代码:91510105MA6CM2K526)经股东会决议决定注销,请债权债务人在本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。 ●四川省少伯绿化装饰有限责任公司 机构代码证(代码号:20188819X)正本遗失作废。		●梅红艳 2016年在成都中医药大学药物制剂专业毕业报到证号201610633203657,报到证遗失。 ●成都同森锦城投资有限公司 开始刘亚飞的定金及首付款票据(票据号:JC201603151233831, 金额20000元, 票据号:JC201603181233839, 金额27万元)不慎遗失。 注销公告 四川通瑜园林绿化工程有限公司胡倩三类人员证书编号川建安C(2016)0022163 遗失作废。 ●四川古德科技有限公司 营业执照正、副本,统一社会信用代码:91510100MA6CMC4QX8,及公司公章,编号:5101100034466,财务专用章,编号:510110034467,法人章(姓名:万志强, 编号:5101100034469),发票专用章,编号:5101100053635,一并遗失作废。 ●成都桑采贸易有限公司 股东会决议解散公司,请公司的债权人自公告之日起四十五日内到成都市金牛区九里堤北路40号附18号向公司清算组申报债权。成都桑采贸易有限公司清算组 2017年12月29日		注销公告 四川之源机电设备有限公司股东会决议注销,请公司的债权人自本公告之日起45日内到成都市金牛区二环路北一段沙湾路272号F幢4楼6号向公司清算组申报债权。 四川之源机电设备有限公司清算组 2017年12月29日 ●成都高端农业开发有限公司 财务专用章(编号:5101055031033)、黄万涛法人章(编号:5101055031032)遗失作废。 ●成都仁众文化传播有限公司 国税、地税税务登记证正本(川税蓉字 510104551098534号);组织机构代码证正本(代码:51059853-4)均遗失,声明作废。		注销公告 成都圣心食品贸易有限公司(注册号:510104000031113)经股东会决议决定注销,请债权债务人在本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。 ●金牛区蜀赛干洗店 (注册号510106601334277)个体工商户营业执照副本遗失作废。 注销公告 成都火玲通达木业有限公司(注册号510108000232288)经股东会决议决定注销,请债权债务人在本公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务。 ●锦江区域漫漫网络服务中心 发票领购簿(编号:00010780)遗失作废。	
--	--	--	--	--	--	---	--	--	--	---	--	--	--