

河北衡水民营企业 赶大集助企解困开启 高质量发展“快捷键”

22日,“衡水市民营企业赶大集”系列活动在河北省衡水市拉开帷幕。衡水市委常委、统战部长黎黎表示,此次衡水市民营企业赶大集活动,目的是通过牵线搭桥,帮助民营企业解决复工复产中遇到的资金、人才、市场等方面的困难和问题,开启高质量发展的“快捷键”。

本次活动分主会场和分会场。主会场设在衡水市的河北省园林博览园,以供冀东双方对接为主,分为金融、人才、外贸大集三个单元。分会场,以签约、揭牌、授牌为主。

在分会场,衡水市委书记王景武为“衡商总会”挂牌,衡水市委副书记、市长吴晓华和衡水商务联盟理事会主席陈协英共同为“非洲商务联盟衡水代表处”揭牌。

衡水市民营企业赶大集现场,衡水学院、各金融机构等分别设置了展台,工作人员为前来咨询的企业耐心详细地讲解着。

衡水学院化工学院院长、副教授邢广愿说,该院通过赶大集这个平台,可以为有需求的企业提供人才、技术等方面的支持及量身定制,为企业提供所能提供的帮助和支持。

“联盟主要是为企业提供出口非洲业务方面的帮助,为企业打开非洲市场提供支撑。有了‘赶大集’这个平台,企业可以向联盟了解到的情况,为企业考察非洲市场提供便利条件。”

衡水一企业负责人陈浩说,今天过来是想寻求技术方面的帮助。自己的企业从事化工的,当前形势下,化工企业要求的条条框框比较多,觉得收获很多,希望能经常有类似的活动。

商黎表示,这次活动是立足激发民营企业发展潜力而举行的一次院校企精准对接活动,目的是通过牵线搭桥,帮助民营企业解决复工复产中遇到的资金、人才、市场等方面的困难和问题,开启高质量发展的“快捷键”。

此次活动由衡水市委统战部、衡水市工商业联合会、衡水市人力资源和社会保障局、衡水市地方金融监督管理局主办,衡水衡商总会承办。



衡水市委副书记、市长吴晓华(右)与非洲商务联盟理事会主席陈协英(左)共同为“非洲商务联盟衡水代表处”揭牌。 王鹏 摄

广告

实现精制棉制备纤维素的规模化粉碎生产并有效集萃 浙江力普精棉粉碎成套生产线的研究及产业化列入科技计划

日前,作为中国纤维素食行业协会理事单位、国家高新技术企业浙江力普粉研设备有限公司研发的“精棉粉碎成套生产线的研究及产业化”项目列入湖州市科技计划。这是该科研项目获得国家专利(专利号:ZL 201320555760.X)之后的又一荣誉。

这是自主研发的一种精棉粉碎生产线,集打散、检测、粉碎、集料、除尘于一体,实现了精制棉制备纤维素的规模化生产并有效的集萃;在粉碎和开棉过程中配备的输送设备均采用负压输送,并伴随冲袋式除菌除尘,有效防止粉尘外泄,净化工作环境,设置金属检测器,去除金属杂质,防止原料中混有金属杂质而对粉碎刀片造成损坏。

该生产线对物料来源、膜片、纤维性物料和热敏性物料均能进行超细粉碎,特别适合于绒状、絮状棉纤维及纤维素类产物(如精制棉、棉麻、化纤、泡沫、橡胶等)的超细粉碎,厂广泛用于化工、塑料、橡胶、造纸等行业。经山东、浙江、江苏、云南等地企业使用证实,该20类年产产量可提高40%,能耗降低20%左右,产能达到200-350kg/h,粉粒粒径采用高强度、抗冲击、耐磨性好的进口特种耐磨材料,并可重复使用,使用耐用成本低、稳定性好。目前,该生产线与纤维素类超细粉碎机、湿粉粒三项产品已经在纤维素行业中“广泛应用”,客户涵盖国内超前二十位的纤维素生产企业并已获得高认可。

浙江力普咨询热线: 13806745288、 13606577969 传真:0575-8125666; 力普官网: www.zjleap.com; E-mail:zjleap@163.com

武汉加速经济重振:“云经济”新业态突围

突如其来的新冠肺炎疫情,让武汉经济发展一度陷入停滞。经历重创后,当地经济发展恢复如何,备受各方关注。现如今,进入常态化疫情防控阶段,武汉正加速经济重振,在重启与突围中蓄势回归。

优势产业加速重启

501秒,这是东风本田汽车有限公司一辆新车下线的时间。遭受疫情冲击,停摆一个多月东风本田汽车有限公司3月11日复工复产。截至目前,累计生产汽车超过12万辆,日产能恢复到疫情之前的正常水平。

5月21日,中新社记者来到东风本田第三工厂总装车间,眼前是一片热火朝天的繁忙景象。东风本田汽车有限公司广告科科长马杰介绍,眼下,东风本田在武汉的三个工厂正赶进度抓生产,保持双满产能的生产节奏,最大限度提高交付能力和产品可靠性,以弥补过去几个月产量的损失。

抢时间的不仅是汽车行业。截至5月11日,武汉规模以上工业企业复工率达98.8%。4月份,武汉市进出口总额已经恢复到去年全年的平均水平。当月,武汉规模以上工业企业增加值增速基本恢复到去年同期的水平。

“疫情带给企业的压力,很大程度上来源于工作效能、产能的降低,和维护企业运转所需的庞大刚性日常开支”,在科大讯飞集团副总裁崔建波看来,压力是短期的,企业发展的战略机遇是长期的。

全力以“复”,巩固传统优势产业的同时,武汉线上课堂、居家办公、虚拟会展、直播带货等一批以“云经济”为代表的新业态、新业态、新模式逆势突围,给城市和企业带来危机中的新机遇。

“互联网+”“智能制造”工厂,山西祁县着力推动产业转型升级、加快发展智能制造,擦亮“中国玻璃器皿之都”金字招牌。

祁县玻璃器皿产业发展历史悠久,产品70%以上出口,远销80多个国家和地区,是国际知名的玻璃器皿生产出口基地。

受新冠肺炎疫情影响,3月下旬,祁县玻璃器皿生产出口订单暂缓执行量达总量的70%,产值同比下降30%。

“这一年,我们一直在进行技术改造。受疫情影响,我们的生产保持中低速率运行的状态,同行业的竞争力也在越来越激烈。”山西大华玻璃实业有限公司营销技术总监梁文胜介绍,企业利用这个时期来研发新产品,进行工艺升级。智能工厂的建设是提升行业技术创新和智能制造的需求。

这家玻璃器皿、高端、绿色为一体的花园式智能工厂项目引进国际先进的生产线,建设智能化车间。项目建设分两期,共有高档品质高脚杯、花瓶、高档水杯三条生产线。

山西大华玻璃实业有限公司董事长同保平在开工仪式上表示,项目投产后将生产

21日,中国日用玻璃器皿产业首家智能工厂在山西省晋中市祁县开工建设。

“互联网+”“智能制造”工厂,山西祁县着力推动产业转型升级、加快发展智能制造,擦亮“中国玻璃器皿之都”金字招牌。

祁县玻璃器皿产业发展历史悠久,产品70%以上出口,远销80多个国家和地区,是国际知名的玻璃器皿生产出口基地。

受新冠肺炎疫情影响,3月下旬,祁县玻璃器皿生产出口订单暂缓执行量达总量的70%,产值同比下降30%。

“这一年,我们一直在进行技术改造。受疫情影响,我们的生产保持中低速率运行的状态,同行业的竞争力也在越来越激烈。”山西大华玻璃实业有限公司营销技术总监梁文胜介绍,企业利用这个时期来研发新产品,进行工艺升级。智能工厂的建设是提升行业技术创新和智能制造的需求。

这家玻璃器皿、高端、绿色为一体的花园式智能工厂项目引进国际先进的生产线,建设智能化车间。项目建设分两期,共有高档品质高脚杯、花瓶、高档水杯三条生产线。

山西大华玻璃实业有限公司董事长同保平在开工仪式上表示,项目投产后将生产

21日,中国日用玻璃器皿产业首家智能工厂在山西省晋中市祁县开工建设。

“互联网+”“智能制造”工厂,山西祁县着力推动产业转型升级、加快发展智能制造,擦亮“中国玻璃器皿之都”金字招牌。

祁县玻璃器皿产业发展历史悠久,产品70%以上出口,远销80多个国家和地区,是国际知名的玻璃器皿生产出口基地。

受新冠肺炎疫情影响,3月下旬,祁县玻璃器皿生产出口订单暂缓执行量达总量的70%,产值同比下降30%。

“这一年,我们一直在进行技术改造。受疫情影响,我们的生产保持中低速率运行的状态,同行业的竞争力也在越来越激烈。”山西大华玻璃实业有限公司营销技术总监梁文胜介绍,企业利用这个时期来研发新产品,进行工艺升级。智能工厂的建设是提升行业技术创新和智能制造的需求。

这家玻璃器皿、高端、绿色为一体的花园式智能工厂项目引进国际先进的生产线,建设智能化车间。项目建设分两期,共有高档品质高脚杯、花瓶、高档水杯三条生产线。

山西大华玻璃实业有限公司董事长同保平在开工仪式上表示,项目投产后将生产

21日,中国日用玻璃器皿产业首家智能工厂在山西省晋中市祁县开工建设。

“互联网+”“智能制造”工厂,山西祁县着力推动产业转型升级、加快发展智能制造,擦亮“中国玻璃器皿之都”金字招牌。

祁县玻璃器皿产业发展历史悠久,产品70%以上出口,远销80多个国家和地区,是国际知名的玻璃器皿生产出口基地。

受新冠肺炎疫情影响,3月下旬,祁县玻璃器皿生产出口订单暂缓执行量达总量的70%,产值同比下降30%。

“这一年,我们一直在进行技术改造。受疫情影响,我们的生产保持中低速率运行的状态,同行业的竞争力也在越来越激烈。”山西大华玻璃实业有限公司营销技术总监梁文胜介绍,企业利用这个时期来研发新产品,进行工艺升级。智能工厂的建设是提升行业技术创新和智能制造的需求。

这家玻璃器皿、高端、绿色为一体的花园式智能工厂项目引进国际先进的生产线,建设智能化车间。项目建设分两期,共有高档品质高脚杯、花瓶、高档水杯三条生产线。

山西大华玻璃实业有限公司董事长同保平在开工仪式上表示,项目投产后将生产

21日,中国日用玻璃器皿产业首家智能工厂在山西省晋中市祁县开工建设。

“互联网+”“智能制造”工厂,山西祁县着力推动产业转型升级、加快发展智能制造,擦亮“中国玻璃器皿之都”金字招牌。



5月21日,东风本田第三工厂工人在总装车间工作。据了解,遭受疫情冲击,停摆两个多月的东风本田汽车有限公司于3月11日复工复产。 张杨 摄

“疫情带给企业的压力,很大程度上来源于工作效能、产能的降低,和维护企业运转所需的庞大刚性日常开支”,在科大讯飞集团副总裁崔建波看来,压力是短期的,企业发展的战略机遇是长期的。

抢时间的不仅是汽车行业。截至5月11日,武汉规模以上工业企业复工率达98.8%。4月份,武汉市进出口总额已经恢复到去年全年的平均水平。当月,武汉规模以上工业企业增加值增速基本恢复到去年同期的水平。

“疫情带给企业的压力,很大程度上来源于工作效能、产能的降低,和维护企业运转所需的庞大刚性日常开支”,在科大讯飞集团副总裁崔建波看来,压力是短期的,企业发展的战略机遇是长期的。

抢时间的不仅是汽车行业。截至5月11日,武汉规模以上工业企业复工率达98.8%。4月份,武汉市进出口总额已经恢复到去年全年的平均水平。当月,武汉规模以上工业企业增加值增速基本恢复到去年同期的水平。

“疫情带给企业的压力,很大程度上来源于工作效能、产能的降低,和维护企业运转所需的庞大刚性日常开支”,在科大讯飞集团副总裁崔建波看来,压力是短期的,企业发展的战略机遇是长期的。

抢时间的不仅是汽车行业。截至5月11日,武汉规模以上工业企业复工率达98.8%。4月份,武汉市进出口总额已经恢复到去年全年的平均水平。当月,武汉规模以上工业企业增加值增速基本恢复到去年同期的水平。

“疫情带给企业的压力,很大程度上来源于工作效能、产能的降低,和维护企业运转所需的庞大刚性日常开支”,在科大讯飞集团副总裁崔建波看来,压力是短期的,企业发展的战略机遇是长期的。

抢时间的不仅是汽车行业。截至5月11日,武汉规模以上工业企业复工率达98.8%。4月份,武汉市进出口总额已经恢复到去年全年的平均水平。当月,武汉规模以上工业企业增加值增速基本恢复到去年同期的水平。

“疫情带给企业的压力,很大程度上来源于工作效能、产能的降低,和维护企业运转所需的庞大刚性日常开支”,在科大讯飞集团副总裁崔建波看来,压力是短期的,企业发展的战略机遇是长期的。

抢时间的不仅是汽车行业。截至5月11日,武汉规模以上工业企业复工率达98.8%。4月份,武汉市进出口总额已经恢复到去年全年的平均水平。当月,武汉规模以上工业企业增加值增速基本恢复到去年同期的水平。

“疫情带给企业的压力,很大程度上来源于工作效能、产能的降低,和维护企业运转所需的庞大刚性日常开支”,在科大讯飞集团副总裁崔建波看来,压力是短期的,企业发展的战略机遇是长期的。

抢时间的不仅是汽车行业。截至5月11日,武汉规模以上工业企业复工率达98.8%。4月份,武汉市进出口总额已经恢复到去年全年的平均水平。当月,武汉规模以上工业企业增加值增速基本恢复到去年同期的水平。

“疫情带给企业的压力,很大程度上来源于工作效能、产能的降低,和维护企业运转所需的庞大刚性日常开支”,在科大讯飞集团副总裁崔建波看来,压力是短期的,企业发展的战略机遇是长期的。

抢时间的不仅是汽车行业。截至5月11日,武汉规模以上工业企业复工率达98.8%。4月份,武汉市进出口总额已经恢复到去年全年的平均水平。当月,武汉规模以上工业企业增加值增速基本恢复到去年同期的水平。

“疫情带给企业的压力,很大程度上来源于工作效能、产能的降低,和维护企业运转所需的庞大刚性日常开支”,在科大讯飞集团副总裁崔建波看来,压力是短期的,企业发展的战略机遇是长期的。

抢时间的不仅是汽车行业。截至5月11日,武汉规模以上工业企业复工率达98.8%。4月份,武汉市进出口总额已经恢复到去年全年的平均水平。当月,武汉规模以上工业企业增加值增速基本恢复到去年同期的水平。

“疫情带给企业的压力,很大程度上来源于工作效能、产能的降低,和维护企业运转所需的庞大刚性日常开支”,在科大讯飞集团副总裁崔建波看来,压力是短期的,企业发展的战略机遇是长期的。

抢时间的不仅是汽车行业。截至5月11日,武汉规模以上工业企业复工率达98.8%。4月份,武汉市进出口总额已经恢复到去年全年的平均水平。当月,武汉规模以上工业企业增加值增速基本恢复到去年同期的水平。

“疫情带给企业的压力,很大程度上来源于工作效能、产能的降低,和维护企业运转所需的庞大刚性日常开支”,在科大讯飞集团副总裁崔建波看来,压力是短期的,企业发展的战略机遇是长期的。

抢时间的不仅是汽车行业。截至5月11日,武汉规模以上工业企业复工率达98.8%。4月份,武汉市进出口总额已经恢复到去年全年的平均水平。当月,武汉规模以上工业企业增加值增速基本恢复到去年同期的水平。

“疫情带给企业的压力,很大程度上来源于工作效能、产能的降低,和维护企业运转所需的庞大刚性日常开支”,在科大讯飞集团副总裁崔建波看来,压力是短期的,企业发展的战略机遇是长期的。

抢时间的不仅是汽车行业。截至5月11日,武汉规模以上工业企业复工率达98.8%。4月份,武汉市进出口总额已经恢复到去年全年的平均水平。当月,武汉规模以上工业企业增加值增速基本恢复到去年同期的水平。

“疫情带给企业的压力,很大程度上来源于工作效能、产能的降低,和维护企业运转所需的庞大刚性日常开支”,在科大讯飞集团副总裁崔建波看来,压力是短期的,企业发展的战略机遇是长期的。

抢时间的不仅是汽车行业。截至5月11日,武汉规模以上工业企业复工率达98.8%。4月份,武汉市进出口总额已经恢复到去年全年的平均水平。当月,武汉规模以上工业企业增加值增速基本恢复到去年同期的水平。

“疫情带给企业的压力,很大程度上来源于工作效能、产能的降低,和维护企业运转所需的庞大刚性日常开支”,在科大讯飞集团副总裁崔建波看来,压力是短期的,企业发展的战略机遇是长期的。

抢时间的不仅是汽车行业。截至5月11日,武汉规模以上工业企业复工率达98.8%。4月份,武汉市进出口总额已经恢复到去年全年的平均水平。当月,武汉规模以上工业企业增加值增速基本恢复到去年同期的水平。

“疫情带给企业的压力,很大程度上来源于工作效能、产能的降低,和维护企业运转所需的庞大刚性日常开支”,在科大讯飞集团副总裁崔建波看来,压力是短期的,企业发展的战略机遇是长期的。

抢时间的不仅是汽车行业。截至5月11日,武汉规模以上工业企业复工率达98.8%。4月份,武汉市进出口总额已经恢复到去年全年的平均水平。当月,武汉规模以上工业企业增加值增速基本恢复到去年同期的水平。

“疫情带给企业的压力,很大程度上来源于工作效能、产能的降低,和维护企业运转所需的庞大刚性日常开支”,在科大讯飞集团副总裁崔建波看来,压力是短期的,企业发展的战略机遇是长期的。

抢时间的不仅是汽车行业。截至5月11日,武汉规模以上工业企业复工率达98.8%。4月份,武汉市进出口总额已经恢复到去年全年的平均水平。当月,武汉规模以上工业企业增加值增速基本恢复到去年同期的水平。

“疫情带给企业的压力,很大程度上来源于工作效能、产能的降低,和维护企业运转所需的庞大刚性日常开支”,在科大讯飞集团副总裁崔建波看来,压力是短期的,企业发展的战略机遇是长期的。

抢时间的不仅是汽车行业。截至5月11日,武汉规模以上工业企业复工率达98.8%。4月份,武汉市进出口总额已经恢复到去年全年的平均水平。当月,武汉规模以上工业企业增加值增速基本恢复到去年同期的水平。

央企项目在武汉签约、世界500强企业霍尼韦尔公司新兴市场总部暨创新中心在武汉揭牌成立,接连利好消息,为武汉疫后经济重振注入强大动力。

“武汉是霍尼韦尔最好的选择”,霍尼韦尔中国区总裁张宇峰称,武汉是中国中部地区中心城市,区位优势明显,同时也是中国重要的工业基地、科研基地,可以更好地辐射广阔的中国中西部市场并满足其市场需求。

持有同样观点的湖北省统计局副局长叶青认为,独特的地理位置优势,使得武汉在中国经济产业中占有举足轻重的地位。他分析,疫情对当地经济的影响是短期的,预计在第三季度可达到去年同期水平。

传统服务业亟待破局

疫情之下,以餐饮业为代表的传统服务业受到较大冲击。根据武汉市统计局公布的《2020年一季度武汉市经济运行情况》显示,一季度,武汉市餐饮业营业额下降56.5%。

近期武汉市出台多方面政策,支持包括餐饮行业在内的中小微企业和个体工商户复产。一些餐饮企业在拓宽线上销售渠道、加大促销力度的同时,开始转换思路,部分星级酒店“放下身段”卖早点、摆烧烤摊,吸引消费者。

詹建波介绍说,科大讯飞希望继续提升核心技术创新能力,深度参与武汉人工智能技术和产业中发展,助力当地成为国内人工智能中心区域。

对此,武汉市餐饮协会会长刘国梁认为,星级酒店卖早餐卖烧烤算的不是经济账,而是品牌账,其社会效益远大于经济账。无论是大餐厅还是小餐馆,只有主动出击才能寻得新的商机。下一步,餐饮业将协调各方力量,开展放心餐厅行动,助力武汉餐饮业复苏。

“张芹”

疫后“重生”的武汉,同样吸引投资者的目光。过去的一周,总额超1800亿元的37个

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

央企项目在武汉签约、世界500强企业霍尼韦尔公司新兴市场总部暨创新中心在武汉揭牌成立,接连利好消息,为武汉疫后经济重振注入强大动力。

“武汉是霍尼韦尔最好的选择”,霍尼韦尔中国区总裁张宇峰称,武汉是中国中部地区中心城市,区位优势明显,同时也是中国重要的工业基地、科研基地,可以更好地辐射广阔的中国中西部市场并满足其市场需求。

持有同样观点的湖北省统计局副局长叶青认为,独特的地理位置优势,使得武汉在中国经济产业中占有举足轻重的地位。他分析,疫情对当地经济的影响是短期的,预计在第三季度可达到去年同期水平。

传统服务业亟待破局

疫情之下,以餐饮业为代表的传统服务业受到较大冲击。根据武汉市统计局公布的《2020年一季度武汉市经济运行情况》显示,一季度,武汉市餐饮业营业额下降56.5%。

近期武汉市出台多方面政策,支持包括餐饮行业在内的中小微企业和个体工商户复产。一些餐饮企业在拓宽线上销售渠道、加大促销力度的同时,开始转换思路,部分星级酒店“放下身段”卖早点、摆烧烤摊,吸引消费者。

詹建波介绍说,科大讯飞希望继续提升核心技术创新能力,深度参与武汉人工智能技术和产业中发展,助力当地成为国内人工智能中心区域。

对此,武汉市餐饮协会会长刘国梁认为,星级酒店卖早餐卖烧烤算的不是经济账,而是品牌账,其社会效益远大于经济账。无论是大餐厅还是小餐馆,只有主动出击才能寻得新的商机。下一步,餐饮业将协调各方力量,开展放心餐厅行动,助力武汉餐饮业复苏。

“张芹”

疫后“重生”的武汉,同样吸引投资者的目光。过去的一周,总额超1800亿元的37个

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

业对外合作层次和“中国玻璃器皿之都”品牌价值。

“张芹”

巧妙借势 520表白日 京万红软膏情感营销圈粉有方

今年春天,由于新冠疫情的影响,不少人原定2月2日、2月14日、5月1日的表白、婚礼、领证计划都不能不推迟。近来,随着国内“抗疫”取得阶段性胜利,不如所料地,“2020520”这个千年难遇的“完美表白日”受到了“后浪”们的热捧。

各大品牌自然不会错过这个热点,纷纷祭出借势大招。而一款主打烧烫伤治疗的“小红膏”——京万红软膏(以下简称京万红),凭借不一样的情感营销,不仅顺利“出圈”,圈粉一大票年轻人,还带动了产品销量劲升,令人印象深刻。

京万红何以能取得品效合一的好成绩?值得好好探究一番。

精准洞察, 引发圈层用户的广泛共鸣

首先,京万红将目光聚焦于日常生活中总令人哭笑不得的“钢铁直男”群体。在敏锐地洞悉到他们的表白困境后,策划了一系列创意场景感强的案策,展现了品牌应有的洞察能力。

祭出《直男的脑洞》,真的太太太太沙雕了!历数了直男在选礼物、“化学”、夸女神、选电影等方面踩过的坑,并一一剖析了女生的真实心理活动,瞬间击中了对于直男老公或男友有所抱怨的女性的内心。

比如在女生的自拍指南中更是提到,直男往往只会顾此失彼,按下葫芦起了瓢。而通过倒叙蒙太奇手法,读者可以看到女生po出的每张照片其实都包含了修容、美瞳、p图、加速镜、变美、眼睛变大等一系列“神操作”,不禁会心一笑。

精准的心理洞察,加上诙谐幽默的画风,让人倍觉亲切。难怪,评论区有女生直呼:“你是不是偷窥了我的生活?”

而其后直男趣味性的案策测试题,对许多直男而言竟是不小心中踩雷,甚至有人表示“刀刀中招”。例如,在情侣之间吵架哭

女,而止于对直男们的吐槽、戏谑,而是认真给出了“表白指南”,真是操碎了心。这样的营销兼顾了男性、女性的感受,富有温度和热度,因而触动了整个年轻受众群体。

例如,在指出男生女生的操作错误后,及时奉上实用心得,女生不要随意选择,而是听听你的赞美!夸就好了!”每一

个还愿意养护肤的直男,想必都会有所反思。

而京万红品牌在社交平台上的话题造势,则进一步拉近了与用户之间的隔阂,赢得了可观的品牌好感度,自然地展现京万红的浪漫攻势。

在微信上,京万红联合微博大V @故事馆长、@喂喂大反发了《男朋情话锦囊 #征集活动》。示例海报以温情画为视觉落地,再配合“有你在的幸福总是不经意,就连热水杯倒了也会遇到小惊喜”等走心文案,在内容和互动上,把用户拉到了营造的厨房空间。

广大网友的热情参与,又产出许多富有想像力的“男朋情话”。这些UGC内容富有一种全面告白的氛围,实现了场域的代入感,使得营销效果更为自然、亲切。更贴近年轻群体的