

营销高端车市 成就鄂尔多斯“速度航母”

首届以“畅想绿色未来,尽享草原魅力”为主题的鄂尔多斯国际车展于9月30日至10月4日在鄂尔多斯市康巴什国际会展中心圆满闭幕。鉴于鄂尔多斯高速发展的经济水平及高端消费群体的密集性,本届展会以打造高端汽车营销平台为中心,为鄂市及周边人群奉献一场高规格、高质量、有前瞻性的黄金车展。

此次鄂尔多斯国际汽车展览会由中国汽车工业国际合作总公司与鄂尔多斯市人民政府联合主办,鄂尔多斯市康巴什新区管委会、中汽尚格展览公司承办。鄂尔多斯市政府的强势参与,将为此次车展密切整合当地政府、行业组织、生产商、贸易商、经销商、连锁机构、媒体、专家学

者、社会名流等多方面资源。而具有多年车展举办经验的中国汽车工业国际合作总公司,将会凭借丰富的车展运营经验、配合立体式的宣传营销策略,着力打造一场集高端汽车品牌、先进汽车科技和具有前瞻性的汽车盛宴,定将奏响华北车市华彩乐章。

精确定位 打造高效优质营销平台

此次展会是鄂尔多斯市首次以高端车为主导的大型国际汽车展览会,展出面积达4万余平米,近60家国内外整车厂商参展,参展车型200余款。一场专业的展会不仅仅为广大参展商提供了一个专业的展示营销平台,更是为广大汽车爱好者及购车者提供了一个优秀的交流平台。此次展会辐射内蒙古全境及周边六省市,破本地车展先例。

鉴于鄂尔多斯经济的高速发展及领先全国的汽车消费水平,本次展会吸引了包括布加迪、宾利、劳斯莱斯、迈巴赫、兰博基尼、玛莎拉蒂、奔驰、雷克萨斯、讴歌、GMC、路虎、

林肯、丰田、道奇、斯巴鲁、雷诺、AC宝马、福特房车、杰克房车、星科特等60余家顶级豪车、改装车及房车亮相。同时,多家豪车的原厂展具的搭建,让豪车与展台相得益彰,多彩缤纷。

豪门盛宴 上演鄂市速度与激情

在国家政策的良性引导下,鄂尔多斯充分利用本土资源,创造了令人瞩目的“鄂尔多斯速度”,为本地的汽车市场的飞速发展提供了优越的发展环境,作为西部最具汽车消费实力的城市,众多高端品牌都对此地抱有坚定的信心。

超级联盟方程式汽车大奖赛也在车展期间亮相鄂尔多斯,这是亚太地区首次举办超级联盟方程式汽车大奖赛,不仅填补了中国少数民族自治区举办国际顶级方程式赛事的空白,也开创了车展与方程式赛车结盟的先例。汽车厂商资源的共享,媒体舆论导向的互助,汽车消费人群的高度集中,都将让这个黄金季节的鄂尔多斯成为一个汽车的海

洋,也必将让速度与激情点燃火爆的鄂尔多斯车市。

风云际会 共待车市新辉煌

本地首届高端汽车盛会的举行,对于广大参展商来说,在品牌、销量上都取得了巨大的成功。对于广大观展者来说,更是获得了一个更好的赏车、购车、接触汽车时尚、了解汽车文化的绝佳机会。

此外,因展会影响力的急速扩大,也带动了周边包括交通、通信、旅游、服务等相关产业的迅速发展,为鄂尔多斯非资源型增长提供了一定的借鉴。

当然,由于本次高端车展是在鄂尔多斯的首次举办,也为主办机构在展前、展中及展后的多项运作中吸取了更多的经验教训,为以后车展的举办打下了良好的基础。力争将鄂尔多斯国际车展打造成一场代表当前汽车最高发展水平、最具影响力、最能体现本土汽车消费文化的高端的、延续性的车展。

(新 浪)



成都军星酒业有限公司 强势进军糖酒会

□特约记者 余学春

作为全国内贸第一大会,全国糖酒商品会每年春、秋两季各举办一次,素有“糖酒奥运”,“天下第一展会”之雅称。2010秋季全国糖酒商品交易会10月10日正式开幕,济南国际会展中心和舜耕国际会展中心同时启用,20多个国家和地区的参展商会聚泉城,5600个标准展位全部设展,展会规模创济南市会展的历史纪录。

成都军星酒业有限公司作为参展商家之一,派出了强大的营销团队,打造出了浓郁的军酒特色展厅。品牌个性是迅速制造市场差异点,俘获消费者眼球,赢得市场份额的高招。作为纯正血统的军中美酒,从内到外,尽显军旅特色。酒味醇厚,酒体柔和甘美,独具匠心的包装设计,将军旅文化和军品特征紧密结合,充分展示出“军”之元素,“军”之风采,具有浓郁的军人情结,独特的文化内涵,鲜明的品牌个性。在上世纪末,已畅销于大江南北、长城内外,黄河之滨,被誉为“军中名酒”、“军中美酒”,“中国军旅文化第一

酒”。它是军人血统的延续,是军人本色的体现,是新一代最可爱的人的真实写照。

在会展期间,军酒以其纯正的品质,新颖的包装设计,独特的文化内涵,赢得了众多商家和消费者的青睐。特别是军酒独具特色的包装设计,颇受消费者喜爱。子弹、炮弹、手雷、军用水壶模具都成了军星酒业的产品包装。众多消费者、经销商在军星酒业展厅驻足,参观,品尝,了解,咨询,洽谈。

在这股带着浓浓酒香的氛围中,军星酒业的成功参展,更坚定了军星人奋力向前的步伐。糖酒会的带动作用不仅仅体现在经济发展上,更重要的是对思想观念的冲击和更新。“好酒不怕巷子深”的观念已经过时,知名度也是生产力,形象代表实力。展会和招商有机结合,既是一次成功的招商,也是一次成功的展现。

军星人将继续秉承“地道做酒,厚道做人”的优良传统,把握“以品质赢市场,以诚信赢天下”的经营理念,做大做强军星酒业,为祖国祈福,为将士干杯。



泰国投资委与长城汽车会谈

泰国投资促进委员会 访问长城汽车

9月27日,泰国投资促进委员会一行到长城汽车进行访问。长城汽车国际部相关负责人与来宾进行会谈,双方就合作意向进行了交流。

长城汽车国际部营销总监在会谈中表示:长城汽车历来重视海外市场,目前产品已出口到全球100多个国家,在东南亚许多国家均已实现销售。泰国是东南亚最大的汽车市场,长城已将该市场作为海外战略布局中的重点合作国家,并希望本公司产品能够早日进入泰国市场。泰国投资委负责人同时表示:泰国希望把当地建成一个自由投资的市场,尤其鼓励汽车产业的投资,希望通过此次会谈,能够促进与长城汽车的业务合作。

会谈后,投资委一行参观了长城汽车事业部及试验中心,并试乘了长城汽车。参观结束后,

投资委一行对该公司发展现状及现有产品给予了很高评价。

据悉,长城汽车是国内较早开拓国际市场的汽车厂家之一,近年来已在海外形成了稳固的销售网络。近几年企业凭借丰富的产品、良好的品质以及完善的服务水平,在海外积累了较佳的口碑。近来不断吸引国外政府机构、投资商等主动来企业考察。近期,已先后接待来自比利时东佛兰德省、美国格林威尔市、巴西某经销商等多个考察团的主动来企考察。

泰国投资促进委员会是隶属于泰国工业部下的政府部门,主要职责为制定相关投资政策、举行相关活动及推动泰国本土企业对外投资。此次亲临多家企业考察,将促进多家中国企业与该公司的合作。

(乔 宇)

低成本营销的“高效率”

□张洪瑞

“低成本营销”对所有企业都是一件极富吸引力的事情,尤其对中小企业而言更是诱惑力十足。如今,多数中小企业都在市场谋求借助低投入、高产出的低成本营销制胜。那么,何为低成本营销?企业又将如何有效地实现低成本营销呢?

低成本营销的魅力

所谓低成本营销,就是企业在充分预知和有效规避市场风险的前提下,在营销中以最经济合理的投入,实现最大化的利益回报。这首先就要求企业整合自身现有的资源,洞悉市场发展规律,针对消费者文化的多元格局,审时度势地走出一条细分化、差异化道路;同时通过各种宣传手段的组合运用,尽快抢占市场先机、实现销售。□

其次,所谓的“低成本”只是一个相对的概念,不能用绝对的数字去衡量。换言之,即是提高营销技巧,实施营销策略等所需要的资金,如果有利于整体营销战略和品牌核心及相关识别体系的演绎,那么就可以称为“低成本”,因为这样的营销投入能够得到充足的补偿,并且为企业带来销售的增长和持续的利润源。□

最后,影响低成本营销是否取得成功的两个最主要的因素,就是策划和有效。在任何时候,营销都是“有效才是硬道理”,惟有同时具备好的策划和有效的执行,低成本营销才能真正实现它的目的。智谋市场,策划先

行,因此,低成本营销必须首先从策划开始。

策划先于一切

低成本营销的概念,是相对很多大型企业在市场上“烧钱”的营销行为而言的,即企业以较低的人、财、物等方面的投入来实现较高回报的营销活动的整个过程。“低成本”不仅表现在广告传播方面,还跟市场细分、产品创新、通路管理、客户拓展、团队建设、品牌维护、企业危机防控等因素密切相关。如果将低成本营销运用得当,那就是“花小钱办大事”,企业往往会获得“四两拨千斤”、事半功倍的市场效果。

低成本营销在中国企业中不乏成功的实践,从小报成就“三株帝国”到软文成就“脑白金”,低成本营销的威力早就得到了证明。而从这些例子中我们也可以看出,与任何一种营销行为一样,前期完善的策划和后期有效的执行,决定了低成本营销最后的成功。而策划又先于一切环节,是企业实施低成本营销的过程中首先要解决的问题。

虽然策划思想需要依靠文字来体现,策划人员必须具备一定的文字水平。真正的策划人必须是个“专才”兼“通才”,必须具备专业的营销知识和广泛的市场知识。没有市场实战经验和专业的广告、创意、品牌、公关、促销、终端、渠道、包装、媒介等全面的营销策划知识,是不可能完成一个好的营销策划的,更不用谈低成本营销的实现了。



炉霍雪域俄色茶 产于青藏高原东南缘的四川省甘孜藏族自治州炉霍县霍尔章谷地区,是生长在海拔3000米至3500米之间的野生俄色树的一年生嫩芽,经现代工艺加工精制而成的雪域天然绿色药食两用健康饮品。

俄色树是在无任何污染环境中自然生长的野生绿色无公害药食两用植物,为雪域高原地区独特的稀有树种。在霍尔章谷地区,许多树龄已达百年甚至数百年。千百年来,生活在高海拔、高寒地区的藏族同胞,为维持体能的需要,以牛羊肉、酥油奶制品等高脂肪、高蛋白食物为主要食品,多年大量食用高脂肪、高蛋白食物,很少患有高血压、高血脂、高血糖等相关疾病,就是饮用了“**炉霍雪域俄色茶**”的缘故。当地藏族同胞发现“**炉霍雪域俄色茶**”较一般的茶更能强身健体,具有神奇的功效,被视为珍贵饮品。但由于制茶用的原材料“俄色树”只在高海拔的鲜水河流域地区生长,产量稀少更显珍贵。因此,长期以来:“**炉霍雪域俄色茶**”在藏区仅作为接待贵宾、节庆活动和专供土司、活佛以及贵族阶层的奢侈饮品,它的神奇药用功效被录入了最具权威的藏医学著作。

通过茶马古道专家殷晓俊先生公布的一组百年川藏茶马古道老照片,考证出千年以前,藏区就使用“俄色树”制出俄色茶(“**炉霍雪域俄色茶**”的前身),填补了藏区无茶的历史。

“三高”者喝了再说!

温馨提示: 低血脂, 低血压者慎用!

冲泡方式: 每日2次, 每次2g

公司地址: 四川省炉霍县新都镇建设路99号
电话: 0836-7322817 0836-7326817 (F)
手机: 13508299002 13548409866
Http://www.xyesc.com
E-mail:tubuxyesc.com

全国订购热线: 400-88-71733

炉霍专卖店: 四川省甘孜州炉霍县商业街95号
电话: 13504580696

康定专卖店: 四川省甘孜州康定县光明路9号(州政府门口)
电话: 0836-2872777

泸定专卖店: 四川省甘孜州泸定县泸桥镇宏城西楼11号
电话: 0836-3127988

成都专卖店: 四川省成都市武侯区外双楠青羊路1号附6号
电话: 028-87031888

上海专卖店: 上海市卢湾区泰康路308号
电话: 021-64669341

深圳专卖店: 深圳市福田区八卦1路益世花园2号楼裙楼107号
电话: 0755-22311911

云南专卖店: 云南省丽江市古城停车场二楼东面12号
电话: 13680003950

本企业通过
ISO9001:2008
国际质量标准认证

随着现代人们生活水平提高, 生活环境的变化, “三高人群”(高血压、高血脂、高血糖)等现代文明疾病的患病率以惊人的速度快速增长。据调查: 近年来我国糖尿病患者已超过四千万, 有1.8亿成年人血脂异常, “三高人群”已呈年轻化趋势, 治疗虽有一定的疗效, 但同时也存在一定的毒副作用。

经农业部食品质量监督检验测试中心(成都)检验结果报告: 俄色树“**炉霍雪域俄色茶**”的制作原料中, 各种人体所需营养物质含量丰富, 其中: 蛋白质25.7%, 不溶性膳食纤维17.9%, 碳水化合物44.8%, 维生素C257.4mg/100g, 维生素B2072mg/100g, 维生素E83.5ug/g, 钙0.56%, 铁337mg/kg, 锌38.9mg/kg, 铜17.7mg/kg, 硒0.12ug/g, 胡萝卜素7.0mg/kg, 经有关部门研究证明, “**炉霍雪域俄色茶**”中含有大量类黄酮物质。

现代药学研究证明, 俄色树的叶、芽制成的产品“**炉霍雪域俄色茶**”的有效成份是天然食品的重要组成部分, 是一种很好的天然抗氧化剂, 具有降血压和降血脂、降血糖的功效且无毒副作用, 有着良好的使用安全记录, 对“三高”有神奇的效果。