

互联网彩电异军突起 外资品牌销售量萎缩

近日,由中国电子商会、中国电子技术标准化研究院共同主办的“2015 年(第十一届)中国平板电视行业大会”在北京举办。会上发布了《2015 年中国平板电视消费及 2016 年趋势预测报告》(以下简称《报告》),数据显示:2015 年中国平板电视销量小幅增长,达 4400 万台,预计 2016 年消费需求仍不会有明显增长。

外资品牌占比降至 15%

中国平板电视消费在经历了连续多年的高速增长之后,从 2014 年开始保持平稳态势。进入 2015 年之后,在彩电消费整体市场增长乏力的背景下,新的互联网彩电品牌异军突起。除进入较早的清华同方、联想、乐视、小米外,PPTV、微鲸 TV、暴风超体电视、CAN 超能电视、风行电视等都开始推出自有品牌彩电,行业竞争变得更加激烈。

“蛋糕”并没有变大,分的人却更多了,品牌结构已经发生变化,最为明显的是外资品牌整体市场份额将进一步缩小。《报告》数据显示,外资品牌基本只剩下三星、夏普、索尼、JLG 等几个品牌,市场销量占比更是大幅下降到 15%。

线上、线下互为补充

一年只存在 24 小时的南非跳蚤市场

苑基荣

跳蚤市场,是欧美等西方国家对旧货地摊市场的别称。由一个个地摊摊位组成,市场规模大小不等。曾做过荷兰和英国殖民地的南非,一如既往地继承了欧洲的“跳蚤市场”,并且发展出自己的特点。

笔者在南非生活多年,周末最喜欢做的事情就是逛约翰内斯堡这些五花八门的“跳蚤市场”,估计约翰内斯堡及豪登省各类“跳蚤市场”不下数十个。说五花八门是因为这些“跳蚤市场”涉及各行各业,卖的东西无奇不有,开放时间也是千奇百怪。几乎所有“跳蚤市场”开放时间都放在周末或公共假日,有的每星期都有,有的是每个月第几个周末,有的是每个季度第几天,还有半年一次的。约翰内斯堡玫瑰坡屋顶“跳蚤市场”是每周周日开放。约翰内斯堡曼德拉广场的“跳蚤市场”是每个月第二个星期日。设在南非行政首都比勒陀利亚先民博物馆脚下的“先



2015 年,线上市场持续增长之势,家电网购规模已占到整个家电消费市场的 17%,且电商渠道的三、四线城市及农村市场还没有完全开发,所以仍有进一步增长的空间。

在线上平台的大家电品类中,平板电视

占比最高,2015 年全年线上平板电视销量达 1000 万台。

经过几年的不断洗牌,电商行业的集中度已明显提升,线上渠道平板电视份额中 94.5%集中在几大电商平台,其中京东更以 54.6%的占比一家独大。

中国电子商会副秘书长陆刃波表示,线

上线下渠道经历了几年的市场争夺,现在明确谁也无法替代对方。电商方便快捷的优势非常明显,而实体店体验模式对用户同样重要。“互联网+”时代,线上电商平台和线下实体店互为彼此的补充和渗透,在一、二级市场渠道格局趋于稳定。

农村将成增量市场

不可忽视的是,无论线上还是线下渠道,都在加速布局农村市场。尤其是电商,更加重视农村市场的开发及投入。

2015 年 11 月,国务院办公厅曾发布《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》,对农村电商发展进行部署指导。农业部也发布通知,计划用 3 年左右时间,通过对农民开展手机应用技能和信息化能力培训,提升农民利用现代信息技术便利生活的能力。

对于彩电行业而言,2016 年关注农村市场增长也是重点。中国电子商会消费电子产品调查办公室抽样数据显示,在农村市场平板电视拥有率仅为 26%,未来需要更新换代的部分将是一个巨大的市场。不少彩电企业已经纷纷将重心向三、四级市场转移,加速三、四级市场的产品升级换代。

(王鹏祺)

好想你品牌战略进入新阶段

最近,好想你枣业借势《芈月传》发起的娱乐营销活动引起了业内热议,其玩法和手段逐渐被解读出来。在产品越来越丰富的今天,80 后、90 后年轻群体更加向往价值观层面的契合和精神的引领,也需要更强的群体认同感,甚至在消费行为上更容易相互影响。好想你借势《芈月传》营销,巧妙地与看剧粉丝建立联系,将好想你品牌植入到目标人群心底。

【契合】受众群体吻合 促就价值现认可

如今,80、90 后身边充斥着比任何一个时代都更多的媒体介质,传统的口号式鼓励和广告式推广只能让他们感到不快和压力。好想你此次的尝试彰显出互联网时代稀缺的互联网思维,将宣传推广从大平台转向小圈子,从被动的接受指导变为受众对企业价值观的认可。

借力《芈月传》,好想你打出了一系列的营销组合拳,通过线上、线下各式活动引发广大年轻客户群的广泛关注,对提升好想你品牌形象起到积极作用。

分析人士表示,好想你借助《芈月传》的巨大人气而发起的创意广告行为,首先在微信上点燃、发酵,引发了公众的围观与讨论,充分说明了公众对这种创意广告形式的喜爱。另外,段子手与微博达人结合剧中多处红枣剧情,争相创作“看剧吃枣”的心得,形成“雪球效应”,将“看剧吃枣”的话题热度不断推向新高。

好想你枣业相关负责人表示,了解当今时代的受众环境才是成功营销的本质,好想你即食去核枣与《芈月传》的受众群存在着一致性,而且红枣在剧中出现的频率极高,好想你借势《芈月传》可谓天衣无缝,戳中了 80、90 后的精神诉求,既能与《芈月传》的粉丝建立情感上的联系,又方便企业将好想你品牌植入到目标人群的心底。

【转型】巩固战略转型 拓展互联网思维

据了解,好想你枣业自 2012 年底提出战略转型。在产品方面,好想你确定了健康休闲零食的产品定位,并以亲民价格迅速占领休闲零食市场;渠道方面,大力推进商超和电商渠道,一方面推进全网销售,另一方面改造线下门店、探索 1+3 模式、布局 O2O。

“既然好想你将 18-35 岁的白领女性锁定为受众群体,那么推广和宣传的方式理应年轻化,好想你无缝借势《芈月传》营销,成功与目标受众建立联系,提升了好想你在公众心目中的形象,未来好想你将继续巩固由生产主导型向市场主导型企业的转型,创新品牌推广方式、刷新品牌宣传力度,打好公关组合拳。”好想你枣业品牌负责人张琪女士说。

张琪还表示,当下互联网思维是一种时代转型的信号,好想你必须勇敢地面对冲击,克服过去的成功所带来的惯性思路,未来公司将在宣传策略、渠道拓展上积极尝试更契合年轻人生活方式的手段,引领红枣行业开创一片新的消费风潮,在转型之路上跳上一曲优美的华尔兹,来一次华丽的转身。

(何南)

巨头销量下滑背后的玄机

史贤龙

如果明白行业龙头不能驱动增长的原因,对于这一轮普遍的下滑信号,就可以有深刻的解读。

既然不是营销手段没有用,那么下滑的原因只有一个:消费者购买龙头品牌的产品数量(含频次、单次购买量)下降了。也就是说,要么是消费者没钱了,要么是消费者把钱花在了别的产品上。当下中国消费是购买力不足还是购买力转移,不用数字凭借常识也可以得出结论:消费者不再对目前的领导品牌忠诚,他们对于创新产品、特色产品的购买热情超乎想象。从日本带马桶盖回国还没散去,2015 年国庆黄金周有 40 多万人次去了日本。

从消费电子产品到日用品到食品,海外代购形成一个产业,进口啤酒销量增长 4 倍,各种进口食品、海鲜销量暴增,消费者对优质产品的购买意愿空前强烈。

反观内地的龙头品牌,有的竟然还在搞双重产品标准,宣称供应香港的产品品质优于内地,该品牌在微博、微信上被潮水般讽刺淹没。如此龙头品牌,还能让消费者有信心吗?

我认为,数量增长到了尽头是中国市场正在发生的“主流换挡”的基本现实,不是这次巨头普遍下滑的核心原因。巨头销量下滑透露的玄机或信号只有一个:中国的行业龙头企业,如果还不从根本上改变漠视消费者健康权益的生产者思维,会首先被最具购买力的消费者抛弃!

工业化时代依靠“两高一低”(高广告、高促销,低成本、低品质)产品策略攻城略地的行业龙头企业品牌,在移动互联网时代、社交化时代和大数据时代,品牌垄断媒体给消费者洗脑的广告拜物教失灵了,依靠通路贿赂阻止中小企业成长的渠道霸权被瓦解了。消费者对产品的知情度、鉴别力、口碑传播力,让品牌洗脸、终端垄断的效能降低。

瘦死的骆驼比马大,但是小马驹在成长,创新的优质产品都是小黑马,它们更能获得最具购买力的消费者的青睐。请问:丧钟为谁而鸣?

国酒之窗



1、国酒茅台多项科技成果获殊荣

1 月 18 日,由中国食品工业协会白酒专业委员会主办的“第二届中国白酒科学技术大会”在京举行,在会上受表彰的各类科技成果有代表性地反映了我国白酒行业和骨干企业 10 年来在技术进步和科技创新方面取得的重要成就。其中,贵州茅台酒股份有限公司《酱香型白酒酿造微生物代谢产物解析平台的建设及应用研究》荣获“白酒酿酒微生物研究 10 大科技成果奖”;《酱香型白酒风味物质剖析技术体系建设》荣获“白酒中风味物质研究 10 大科技成果奖”;《酱香型白酒大容器自动化控制勾兑技术研究及应用》荣获“白酒陈贮、勾兑、感官品评技术 10 大科技成果奖”;《酿酒有机原料基地建设与示范》荣获“白酒接触材料、物流与综合利用、生态环保 10 大科技成果奖”。

2、习近平亲切接见袁仁国等中外企业家代表

博鳌亚洲论坛 2015 年年会于 3 月 28 日上午在海南省博鳌开幕,本届博鳌亚洲论坛年会以“亚洲新未来:迈向命运共同体”为主题。国家主席习近平出席开幕式并发表题为《迈向命运共同体,开创亚洲新未来》的主旨演讲。茅台集团作为论坛的钻石级合作伙伴,集团公司董事长、党委副书记、股份公司董事长袁仁国应邀出席盛会。3 月 29 日,国家主席习近平在海南博鳌国宾馆亲切接见了袁仁国等 40 名中外企业家并举行座谈。

3、茅台集团举全公司之力精准帮扶道真县

集团公司按照省委、省政府的安排和部署,按照“交通拉动、金融撬动、产业带动、人才推动”的思路,对道真县实行结对帮扶,首期投入 3000 万元资金,并由茅台集团贴息 3 年约 5000 万元资金,帮助道真贷款 3 亿元,支持该县道路交通基础设施建设。

《国酒茅台》2015 年十大新闻

6 月 8 日,首期投入 3000 万元资金支持道真县道路交通基础设施建设的签字仪式在道真县举行。茅台集团成立了扶贫工作组进驻道真县,还组织了 60 个基层党组织结对帮扶道真县 48 个贫困村。茅台员工还自愿捐款 100 多万,于 12 月 2 日送到道真县。

茅台的多次爱心善举,得到了省市县领导的高度评价。12 月 3 日,遵义市北部片区脱贫攻坚座谈会在道真自治县召开,贵州省委常委、遵义市委书记王晓光主持会议并作重要讲话,对茅台集团对口帮扶道真县的工作给予高度赞扬。

4、美国旧金山市设“茅台日”贺茅台金奖百年

8 月 20 日,茅台酒荣获巴拿马万国博览会金奖 100 周年海外庆典启动仪式在香港洲际酒店隆重启幕。从香港到莫斯科,从米兰到旧金山,一连串规模巨大、影响广泛的海内外庆典活动,不仅在业界产生了巨大影响,更是代表中国实体经济闪亮世界。无论是海内外各界名流的热情参与,还是中国驻外使领馆的鼎力支持,无论是俄罗斯总统总参季多夫·鲍里斯·尤里耶维奇的赞词,还是美国前总统吉米·卡特的贺信,均为茅台百年金奖提供了最美的注脚。更为可喜的是,11 月 12 日,茅台百年金奖纪念大会在旧金山市举行,会上,旧金山市市长李孟贤宣布:每年的 11 月 12 日定为旧金山的“茅台日”。这是旧金山对茅台百年前勇夺金奖的再次褒奖,是对茅台再创新百年辉煌的殷殷期许,为茅台历史又增添了一笔辉煌的一笔。

5、茅台获 2015 布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛两块大金牌

9 月 9 日,2015 布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛颁奖仪式在贵阳国际会议中心举行。股份公司飞天 53 度茅台酒、股份公司出品的 53 度乌巢普通酒摘得本次大赛最高奖——大金牌,大金牌是该赛事的最高奖项,每年获此殊荣的酒品数量约为参赛总数的 1%。同时,股份公司酱门经典茅台王子酒、习酒公司习酒窖藏 1988 获大赛金牌。100 年前

的巴拿马万国博览会上,来自中国贵州的茅台酒荣获金奖。时隔百年后的今天,茅台集团的 53 度飞天茅台在本届国际烈性酒大赛又一举夺一枚大金牌,这是对百年荣耀的最好致敬,也是对中国白酒的高度肯定。

6、陈敏尔莅临茅台调研

11 月 2 日,贵州省委书记陈敏尔莅临茅台调研,对茅台集团“十二五”期间取得的成绩予以肯定,就“十三五”时期工作规划进行指导。陈敏尔指出,大企业要有大担当,新常态要有新发展,茅台集团在全省发展大局中贡献突出、作用很大、地位重要、意义非凡。茅台酒在巴拿马万国博览会上“碎瓶夺金”的故事告诉我们,“打破”才有生机,创新才有前途,茅台的领导班子要认真学习领会好十八届五中全会精神,用创新精神做好“十三五”规划,要把十八届五中全会精神内化于心、外化于行,变成茅台集团自己的“十三五”规划精髓,全力以赴推动白酒企业创新发展,带动全省白酒产业转型升级。

7、股份公司通过全国质量奖复评确认

11 月 4 日,主题为“追求卓越——提升发展质量和效益”的“第十五届全国追求卓越大会”在京隆重召开,贵州茅台酒股份有限公司等 7 家获奖企业通过复评确认。全国质量奖评审活动开展十五年来,已有包括香港在内的 30 个省、自治区、直辖市和特别行政区的各类组织参与全国质量奖的申报,覆盖国民经济 13 个行业门类,52 个行业大类,全国累计已有 123 家组织获得这项我国质量领域的重要荣誉,其中包括茅台等 8 家组织两度获奖。

8、茅台亲历习马会“世纪之握”

11 月 7 日 15:00,两岸领导人习近平和马英九在新加坡香格里拉饭店进行“世纪之握”,就推进两岸关系和平发展交换意见,这是 1949 年以来两岸领导人的首次会面。在晚宴上,习近平主席带了茅台酒作为晚宴饮用酒,马英九办公室则准备了金门高粱酒以

及马祖老酒。被誉为国酒的茅台酒再一次亲历海峡两岸高层政治互动的关键一步。作为重大历史时刻的参与者,建国 60 多年来,茅台酒经常用作招待国宾的宴会用酒,并作为国礼赠送国外政要及友人。在一次次晚宴上,在一次次会面中,茅台酒更是作为一个特殊文化符号见证过诸多政治友谊。茅台酒在我国重大政治活动中的频繁出现,使国酒茅台的美誉随着各国政要及知名人士传播到海外,并获“友谊使者”的赞誉。

9、茅台金奖百年庆典在公司隆重举行

茅台酒在 1915 年巴拿马万国博览会上荣获金奖,开启了一段民族品牌走向全球的百年传奇。茅台金奖百年的辉煌业绩,凝聚了几代党和国家领导人的关怀与厚爱,凝聚了党中央、国务院、省委、省政府以及社会各界的关心和支持,凝聚了亿万海内外中国人的殷切期望与期待,凝聚了历代茅台人的心血和汗水。11 月 20 日,茅台酒荣获巴拿马万国博览会金奖 100 周年纪念大会在茅台会议中心隆重举行。纪念大会的召开,是一次回望历史的纪念,是一次振奋精神的盛典,更是一次迈向未来的启程。全体国酒人将以凝聚兴企强企的磅礴力量,继续牢记使命,敢于担当,创造崭新的未来。

10、国酒茅台首次入选世界品牌 500 强

12 月 15 日,由世界品牌实验室(World Brand Lab)独家编制的 2015 年度(第十二届)《世界品牌 500 强》排行榜在美国纽约揭晓。中国内地入选品牌共有 31 个,国酒茅台凭借卓越的品质和品牌忠诚度、产品市场和资本市场的优秀表现,良好的口碑和市场美誉度首次入选。2015 年度《世界品牌 500 强》的平均年龄达到 100.71 岁,中国入选的 31 个品牌中有茅台(416 岁)、青岛啤酒(112 岁)和中国银行(103 岁)超越百龄。世界品牌实验室每年对全球 8000 个知名品牌进行评分,最终推出了世界最具影响力的 500 个品牌,至今已连续十二年发布。

(中兴)