

6 品牌营销 Mrand Marketing

唯品会创新营销：“明星+网红+直播”深挖粉丝经济

日前,特卖电商唯品会公布了公司 2016 年第二季度未经审计的财务报告。财报显示,唯品会 2016 年第二季度业绩继续保持强势,公司各项关键运营指标稳定增长。其中 2016 年第二季度净营收达 134.4 亿元,同比增长 49%,连续 15 个季度保持盈利,延续这一骄人纪录;季度毛利润为 32.4 亿元,较去年同期增长 44%。按非美国通用会计准则计量,运营利润较去年同期增长 47.2%至 8.372 亿元,二季度归属于唯品会股东的净利润达 6.775 亿元,同比增长 30.9%。

移动互联网时代,网民与用户参与感大幅度提升,这带来了产品服务与用户交互沟通的全面变革。基于此,唯品会于 3 月 25 日正式聘请周杰伦成为(CJO)首席惊喜官,启动“惊喜营销”,将明星 IP 具象为各种惊喜的购物体验,凭借杰伦的人气与其明星朋友们自主品牌的参与,第二季度唯品会推出“一场无与伦比的 4·19 特卖会”,开售一小时的销

售额已达去年同期销售额的 5 倍,创 4·19 特卖会首日销量历史新高,充分体现了唯品会对消费娱乐化与用户粉丝化的深刻把握。

早在网红与直播成为互联网风口之前,唯品会几年前就有“打通前端时尚电商销售平台和后端时尚产品及内容制造的生态产业链”的想法并积极布局,如今自然是迅速抓住了这一营销良机,顺势而为“将唯品会打造成中国最大的时尚生活方式平台”:在 6·16 年中特卖狂欢中以“网红直播 # 十二小时生存挑战 #”为主题,在北京世贸天阶设置全透视玻璃屋,邀请明星艺人、人气网红直播,开启“电商+明星+网红+直播”的综艺式新玩法,线上线下的惊喜应接不暇,最终推动唯品会在 6.16 年中大促期间再超预期,订单量创纪录超过六百万单。

进入三季度的唯品会已经熟悉了“惊喜”玩法,7·19 爽购节邀请“段王爷”薛之谦主演“爽的事情做三次”视频,联动品牌明星吴尊、



黄致列、王祖蓝等齐助阵,人气全网狂飙。最近,唯品会即将上线达人时尚导购直播等穿衣配搭节目,利用“精选+搭配+推荐+生活方式”的专业买手优势,充分发挥唯品会在穿戴类领域的时尚基因,打造精品 PGC 内容,而 9 月,唯品会将在继续玩转明星网红 IP 方面发力新举措,深挖粉丝经济。

作为国内网民最常购物的网站之一,唯

品会不仅聚集了品牌、粉丝的合力,也正在以产品升级为主体,以服务体验与创新营销为翼,以内容增值为加速器,飞行的路线看起来愈加平稳高远。在中国消费升级与电商渗透率不断提高的大趋势下,唯品会也在由“优质商品销售平台”升级为“全球优质生活方式平台”的过程中不断积累势能,不断释放更多“惊喜”。

(佚名)

国星光电营销渠道继续拓展

国星光电日前披露 2016 年半年度报告,半年报显示,2016 年上半年,LED 行业在经历较长时间的充分竞争,部分劣势企业及其产能逐步退出市场,随着去产能不断深入,行业产品价格降幅趋缓,行业内跨界并购频现,行业龙头市场份额和竞争能力得到强化。公司在控股股东广晟公司的支持下,不断整合各方优质资产,积极布局前瞻性行业领域,推进公司快速、稳健地发展。

报告期内,公司已开发小尺寸户内小间距高密 0808/0606 产品、户外高防高密 1921 器件,实现了户内 P2/户外 P4 以下小间距高密显示屏;开发可调色温 COB 及集成模块;积极拓宽紫外、红外、车用等新高速增长领域系列产品;推出高性价比 EA 系列及 DB 鹰眼系列轨道灯、面板灯、钻石筒灯、蜡烛灯等照明新品。公司新增专利申请共 12 项。

在产能方面,公司以不超过 2.4 亿元自有资金进行公司项目扩产,产能分批释放。立足中高端、差异化市场路线,推进“大客户、强客户”营销战略。同时优化布局上游芯片(国星半导体+亚微朗科技)和下游照明应用,目前在全国拥有 1000 多个照明销售渠道网点,8 家省级运营中心,5 个直营办事处,核心经销商数量达 800 余家,不断增强自有产品的市场渠道建设。

此外,公司上半年积极参加 2016 年光亚展、德国法兰克福照明展及在欧洲、美国、中东等地的国内外知名展会,提高国内外品牌知名度;在河南、湖北等地召开“聚力国星领航照明”经销商会议;通过行业主流媒体、户外广告及自有媒体等平台,运用互联网社交思维,增强品牌影响力。进一步开拓东南亚、美国、欧洲等市场,拓展照明流通渠道与工程渠道,加强海外市场的开发和服务,完善全球化战略布局。借助广晟公司的大平台优势,与其他企业形成良好的协同效应。

(证时)

中国首台插电式气电混合动力卡车闪耀新疆车展

8 月 7 日,新疆国际节能与新能源汽车及电动车展览会在乌鲁木齐开幕。此次展览会上唯一的卡车吸引了大家的目光,该车搭载玉柴并联式混合动力系统和燃气发动机的动力总成,是我国首辆气电混合动力卡车。

近年来,在国家政策的大力支持下,新能源商用车发展如火如荼。在此背景下,玉柴凭借在混合动力领域的领先优势,在商用车领域全面发展。由于新疆是我国产气大省,辖区燃气商用车有较广阔的市场,所以在玉柴与东风的共同努力下,促使全国首辆气电混合动力卡车在新疆国际节能与新能源汽车及电动车展览会成功亮相,同时为玉柴新能源动力在新疆的推介创造了良好的机会。

据新疆自治区经信委副主任苏国平在此次展览开幕式致辞中透露,新疆自治区经信委将携同相关部门于近期制定相应的工作方案,尽快落实新疆 2016 年 2 月出台的新能源汽车实施意见。这无疑将提速新疆新能源汽车的推广。

据悉,玉柴插电式混合动力此前已在客车领域广泛运用。此次,在卡车领域运用,是玉柴加强新能源动力领域研发与推广的结果,拓宽了玉柴新能源动力的应用范围,巩固了玉柴在插电式混合动力市场的优势。当前,由于工况特殊,越来越多的城市物流车和专用车选择插电式混合动力作为车辆动力,玉柴凭借自身优势,将得到更多的发展机遇。

(陈红权)

温州商人瞿积余山西卖鞋记



■ 本报记者 许强

“同心、同行、同力、同发展。因为我们全体家人做到了思想上的同心、行动上的同行、目标上的同力,才有了今天的同发展!”日前,在日泰山西直营店营销大会上,日泰集团山西分公司总经理瞿积余在总结创业之路时,深情地如是说。满口普通话的瞿积余实际上是地地道道的温州人,来山西卖鞋,一卖就是 17 年。

创业艰辛,砥砺前行

1999 年 3 月 16 日晨,阳光撒播在山西侯马一个小小的店面的金字招牌上,招牌上工工整整地闪烁着两个大字——日泰。在金字招牌下,一阵鞭炮声响过留下了一地的鞭炮纸屑,有人伸长脖子向小店里头张望,一看是买鞋子的,就犹犹豫豫走了进去。原来,这个仅有 30 多平方米的小门面里分隔成了两层,上面是仓库,下面摆设着各色各样精致的皮鞋,样式新颖、时尚,导购员是一对年轻的夫妻——瞿积余和他的爱人,很热情。在瞿积余夫妻的导购下,有人就试着买一双回去,开业当天,这个侯马小小的店面卖

出去 18 双鞋。

了解瞿积余的人都知道,瞿积余是典型的温州人,具有典型的“温州人精神”:白手起家、艰苦奋斗的创业精神;不等不靠、依靠自己的自主精神;闯荡天下、四海为家的开拓精神;敢于创新、善于创新的创造精神。到温州进货倒几趟车,在店里守店一千就是 10 多个小时,累了坐一坐,饿了,吃点方便面,有时候还可能招到当地人强霸的欺负。但瞿积余相信两个词“选择”和“坚持”,他选择了日泰品牌,一直坚持创业,不言败,不后退,终于在侯马落下了脚跟。许多消费者认为瞿积余卖鞋很实在,纷纷来买鞋,慢慢的回头客多了,瞿积余的生意也好了起来。

创新模式,不断发展

在供小于求的时代,瞿积余进货还要看批发商的脸色,他觉得光开店卖鞋受制于人,必须创新商业模式。瞿积余在创业中慢慢成长,也想试着搞批发。2008 年,挣到了一些钱的瞿积余在侯马轻工城买下了第一家属于自己的门面,并开始对外批发鞋子。批发鞋子利润不高,但量大,积累的利润非常可观,但是轻工城满大街的都是搞

海信手机借势营销实现高端转型发展

8 月 6 日,全球最受瞩目的第 31 届奥运会在巴西里约热内卢盛大开幕。

作为中国国家体操队官方合作伙伴,海信在继欧洲杯之后,紧随国家体操队马不停蹄的赶往里约奥运会,再度点燃了全球体育迷的如火激情。同时,旗下手机品牌海信手机也成功的借助里约奥运会,实现了品牌的高端转型发展。

在里约奥运会期间,海信手机紧随奥运会赛事,开展了一场精彩十足的“世界看我表现 海信手机”的营销活动,与里约奥运会的精彩赛事相得益彰,打响了一场漂亮的营销大战,同时也成功的实现了一场借势营销活动。

闷倒驴酒业强化管理拓市场

内蒙古闷倒驴酒业有限公司前身为宁城安达情酒业有限公司,公司下属品牌“安达情”“醉火”。经过十余年的发展,现有酿酒车间、包装车间和食品车间等,公司采用传统固态发酵酿酒。公司凭借雄厚的技术力量,先进的化验设备,古老的酿酒工艺开发了草原安达情系列等 100 多种优质产品,企业率先通过了 ISO9001 国际质量体系认证。安达情品牌被评为“中国知名品牌”。

公司坚持以市场为导向,坚持科学发展观,走可持续发展之路,始终以顾客满意为关注焦点,以服务代理商为营销重点,以质量是企业根本,致力于提升经营理念,塑造品牌形象,整合产品结构,打造金牌网络。

精选地产粮食为原料,人工培养的 7 种微生物为糖化、发酵、生长剂,用人工培养的窖泥筑窖;强化训窖,酿酒发酵池分基础发酵窖、长酵发酵窖、双轮底窖、多轮底窖等,蒸馏取酒时,严格量质摘酒,分级入库储存,最终以质量作为衡量车间员工工资奖金的准绳。

为了在激烈的市场竞争中立于不败之地,积极优化产品结构,不断开发新产品。超前的创新意识,是该公司的竞争保障。针对不同的消费需求企业努力细分市场,积极实施产品更新换代,通过不断推陈出新,实施产品差异化方略以求得市场的突破及效益的提升。

企业在创新中求发展,在发展中求强大。脚踏实地一步一个脚印,冷静应对,深

育赛事,拥有让全球最高的关注度和最广泛的影响力。海信手机借助奥运会的广泛影响力,无疑可以最大程度吸引全球最多用户的关注。另一方面,海信手机的营销并没有直接宣传自身的产品,而是借助于对奥运会精神的传达,将品牌理念润物细无声地植入在奥运会精神之中,既不会引起广大球迷的反感,反而更容易接受。

2016 年是海信手机品牌建设元年,海信作为一个有责任的企业,不仅依靠营销时机的把握和巧妙的创意吸引了全球最大的目光,同时也积极借助密集赞助全球顶级赛事的营销布局,实现了品牌的高端转型发展。

(湖分)



挖企业现有资源,取得了竞争的胜利。他们在企业现有规模的基础上不断实施企业内部改造、扩建,同时扩大积累,使企业的生产能力迅速提升,区域产品市场覆盖率达 80%,企业的人才、质量、品牌、管理等优势极大地显现出来。目前,已拥有浓香型、清香型、兼香型三大系列,高、中、低档。开发出的拳头产品“安达情”、“醉火”等品牌,深受消费者的喜爱,风靡市场。

(高彦庆)

精准营销模式或将引发服装行业销售渠道变革

在消费选择复杂多样的商业社会,服装品牌该如何做到精准营销?近日,石狮一家服装品牌联手网络科技有限公司启动 O2O 解决方案,实现轻松招商,颇具特色。

传统企业 CRM 能做到会员生日、会员注册信息、会员消费信息等基础静态信息收集,但无法精准分析到会员的动态行为。时下,越来越多的实体企业借助互联网,开展线上线下相结合的营销。这家石狮企业为实现精准营销,对会员体制进行改革——当一个消费者产生消费行为,通过系统给消费者贴上不同的标签,或者消费者根据自己的喜好选择不同属性的标签。

这种模式首先通过线下实体店吸粉,利用积分和精准营销实现新营销,再通过精准营销,精准定位用户成为品牌门店分销商角色。这个过程,企业经过精挑细选,让忠实粉丝成为免费分销商。这类粉丝对该品牌和产品都非常认可。

“目前全国各地有几万个这样的小分销商。”该企业 O2O 负责人王德谦告诉记者,这种分销模式顺应“大众创业,万众创新”的潮流,非常适合个体和小微企业创业,“目前来看,活跃度比较高,公司销售业绩不断增长”。

与该企业合作的网络科技公司相关负责人介绍,消费者对品牌和产品的认可度,取决于粉丝的忠心度。这类粉丝对品牌的认可度高了,导入积分模式,就能产生裂变效应。也就是说,一类消费者必须是忠实粉丝,自己亲身体验后,就会在他的朋友圈进行分享和推荐。

在粉丝基数的基础上,企业颠覆了传统的招商模式。“O2O 最核心的环节是线上拓展,并服务线下精准粉丝。”石狮这家企业的负责人介绍,在营销中最重要的是精准营销,精准营销就是把东西送到需要的人手中。所以,了解消费者的精准需求非常重要,而 O2O 解决方案使精准营销模式得以顺利实现。

业内人士分析指出,当一个客户被贴上不同的标签后,客户在会员系统中就会慢慢形成自己专属的肖像,比如某个客户喜欢红色,消费金额在 200 元左右,每次来购买 T 恤总会买 3 件,并且是走路来消费,每年夏天会来 2 次。这些都是客户标签形成的客户肖像。当客户的肖像渐渐清晰后,就可以进行精准营销了。比如这个客户,每年夏天企业就可以向他推荐吸汗挥发超快的新产品。公司每年夏初推出满 200 元送一件优惠,或者买三件打 6 折时,就可以向他进行精准营销。这种 O2O 模式对整个服装行业具有借鉴意义。

(郭剑平)

热敏性物质粉碎过程粉体团聚难题破解 浙江力普粉研、收集成套生产线获国家专利

一种能有效防止可可豆在粉碎过程中因为温度过高而导致熔化、结块的难题,既提高可可粉的得率,又提升可可粉的质量——粉研、收集成套生产线,日前,由中国粉研技术领航者浙江力普粉研设备有限公司研发成功,并获得国家专利(专利号:ZL201220705939.4)。

食品工业是超微粉碎技术应用的一大领域。可可粉是食品原料,是巧克力的魅力所在。可可粉的细度对于生产巧克力来说非常重要,细度不达标的可可粉生产出来的巧克力口感很差,会有粗糙感。瑞士、日本等国家大多在巧克力生产中采用超微粉碎方法生产出的产品非常畅销。

不过,可可粉是一种热敏性物质,当温度高于 36℃后会熔化和结块。当用可可豆生产可可粉时,一般都用粉碎机来粉碎可可豆。经粉碎成一定的粒度,筛分后即得到可可粉。在粉碎的过程中,由于粉碎机中粉碎总成的高速旋转,势必会产生大量的热量,由此而导致部分可可粉结块和粘结,导致产品的质量和得率下降。

为破解这一课题,浙江力普进行了技术创新,在粉碎机上设置出料口和进风口,粉碎机连接螺旋输送机,螺旋输送机通过第一关风机连接料斗,粉碎机的出料口连接第一冷凝管,第一冷凝管连接集料器的进风口,集料器的出风口通过第二阀门连接离心风机的进风口,离心风机的出风口依次连接第一阀门及第二冷凝管,第二冷凝管连接粉碎机的进风口。

如今,浙江力普生产的粉研、收集成套生产线不仅用于可可粉的加工,还广泛用在其他热敏性食品的精深加工,深受国内外客商青睐。

浙江力普咨询热线:13806745288,13606577969
传真:0575-83152666;
力普网站:www.zjleap.com;
E-mail:zjleap@163.Com