从“宽泛”到“精细” 泉州体育品牌发力“上场营销”

■ 苏田田

产业集群的优势，让泉州本土体育品牌名声大振，特别是体育产业上升为国家级产业策略后，体育运动的平台资源进一步向泉州品牌聚拢。随着品牌差异化定位的日趋明显，泉州各品牌在赛事资源上的选择更加理性，更加注重从品牌整体营销的战略角度进行考量。

发力高端赛事营销

以高端赛事作为营销平台，一方面能展示品牌在相关装备领域的专业性，另一方面也顺应了这些体育运动的发展浪潮。

5 月 20 日,2017 卡尔美福建省足球协会超级联赛(以下简称“闽超联赛”)在泉州海峡体育中心拉开决赛帷幕。

2017 卡尔美福建省足球协会超级联赛是由福建省足球协会、卡尔美(中国)有限公司主办。2017 年是闽超联赛的“元年”,也是由福建省体育局以及各地方足协共同推动的福建省内级别最高的业余足球赛事。早在 5 月 12 日,2017 闽超联赛就在晋江举行 2017 抽签仪式，当天现场展示了本次联赛的决赛专用球，并通过抽签决出了 9 支参赛队伍的最终对阵结果。

“当前足球的发展态势大好,加上福建没有属于自己的职业足球队，我们认为福建足球还有很大的进步空间。”卡尔美(中国)有限公司市场总监刘泽俊表示，作为一家晋江企业,卡尔美希望通过这个赛事平台,既展示企业在足球装备领域的专业性，也为福建足球事业贡献一份力量。同时他还表示,期待能整合省内外的资源,把赛事常态化,带动福建足球的长期发展。

产业集群的优势，让泉州本土体育品牌名声大振，随着体育产业上升为国家级产业策略，体育用品品牌迎来了更多的机会。近日,泉州幼儿师范高等专科学校(以下简称泉州幼高专)第三届“福驰”杯女子足球联赛暨高校足球嘉年华活动举行，这是福驰体育第二次冠名泉州幼高专女子足球联赛。福驰体育执行董事李俊煌告诉记者，福驰体育专注青少年足球鞋和足球装备的研发和生产,因此,十分关注校园足球发展。“公司此次参与泉州幼高专女子足球联赛，就是希望为泉州大学生营造一个良好的校园足球发展氛围，根植校园足球文化的基因。我们希望通过校园足球文化的传播与展示，激励更多的学生参与到校园足球项目当中，积极推动青少年校园足球的发展，做校园足球文化有力的传播者和参与者。”

赛事营销常态化

企业投身赛事营销，可以将人们对于赛事的关注转化为对品牌的青睐，进而为品牌增色。

不仅仅是足球,马拉松、篮球等单项赛事同样是品牌增色的好助手,特步、匹克、361°等就积极投身于这些赛事中，将人们对于赛事的关注转化为对品牌的青睐。

近年来,跑步运动在国内快速发展,越来越多的人开始喜欢上跑步，赛事的增多给体育品牌在跑步领域提供了更好的发展机遇。3 月,NBLS“百城乐跑”于成都打响，这是继 2016 南京马拉松、2016 泰山国际马拉松、2016 杭州马拉松之后,NBLS“百城乐跑”计划在 2017 年的首站马拉松赛事。

新佰伦股份有限公司执行副总裁林金章表示，通过跑步专业装备支持、专业赛事嫁接、专业训练指导,以及组织跑步爱好者、俱乐部进行各类线上、线下互动活动等形式，NBLS 逐步与消费者建立起紧密的联系,并由此开启品牌的圈层营销之路。同时,NBLS 并不打算以行业惯用的赞助形式来高调打造品牌事件,而是希望通过助力马拉松,在与全国各地的跑步圈层建立深度沟通的基础之上,逐步优化产品品质,力求为消费者提供更具科技感与舒适度的专业慢跑鞋。

提起马拉松,不得不提的是泉企特步。从赞助国内金牌马拉松赛事到跑步专业产品研发,再到跑者服务的不断升级,特步对跑步运动的专注始终如一，特步已经拥有了专业马拉松赛事、特步跑步俱乐部、特步特跑族等阵营。特步集团董事局主席丁水波在接受媒体采访时曾表示,特步跑步生态圈的建设,就是希望能够整合特步现有赛事、社交、装备、服务的资源，从而为跑者提供更专业的服务和体验。未来,特步还会通过一些极具参与性的崭新赛事形态,辅以“运动+时尚”的理念,吸引更多的年轻受众。

从“宽泛”到“精细”

泉州体育品牌已经从“宽泛式”体育营销向“聚焦式”、“精细化”的体育营销转变。

近年来,随着泉州体育品牌的不断发展成熟,品牌营销也呈现日渐多元化的特点。以往孤注一掷砸大钱在一项赛事上的粗犷营销方式已不复存在。随着品牌差异化定位的日趋明显，各品牌在赛事资源上的选择更加理性,更加注重从品牌整体营销的战略角度进行考量。

泉企智南传媒经过几年沉淀创新和求实探索,在体育营销、娱乐营销等方面服务了不少泉州品牌。智南传媒相关负责人陈辉煌告诉记者,“泉州体育品牌已经从‘宽泛式’体育营销向‘聚焦式’、‘精细化’的体育营销转变,现在品牌选择赛事资源，不像以前那样随便撒网了。随着品牌的差异化定位愈发明确,在资源的选择上也更具理性和差异性。”在陈辉煌看来，泉州的运动品牌并没有将鸡蛋放在一个篮子里,而是积极探索全新营销模式,朝着既定目标有条不紊地推进。

业内人士表示,在品牌营销上,国内品牌厂商通过与优秀的体育组织、赛事、运动员的合作,获得了不俗的品牌效应,与国际品牌之间的距离，也不再像过去那样“难以望其项背”。361°就曾击败国际巨头阿迪达斯,成功跻身 2016 年里约奥运会赞助商行列。在里约奥运会期间,包括志愿者、火炬手、裁判等奥运会工作人员都身着中国品牌服装，成为里约奥运赛场无处不在的中国元素。

银光集团含能公司 4 月份产销两旺

4 月份，中国兵器北化集团甘肃银光化学工业集团有限公司含能公司优化生产组织方式提高产能,实施精益改善解决瓶颈问题,实现主营业务收入 1.07 亿元,完成月度计划的 114.68%;经营利润 2224 万元,完成月度计划的 116.01%。

含能公司组织各单位满负荷、均衡生产,加强设备日常维护管理，减少非计划停车次数。针对 801 产品喷射效率低的问题,该公司优化生产组织方式，统筹协调各生产线闲置干燥工房,用于 801 喷射产品的干燥;着力解决制约产能发挥的瓶颈问题，有序开展废酸分离塔项目试车工作，不断摸索固化生产工艺,提高日平均产量和效率,进一步解决废酸分离瓶颈，提高新设备与硝化系统的配套水平,增加生产线有效生产时间提高产量。

该公司加强重点产品客户走访服务,听取客户意见，为客户定制个性化产品提供便利。与相关厂家就 501 产品的用量、工艺改进、最佳指标范围进行深入探讨与交流,巩固产品市场占有率，实现 501 产品销量同比增加 59.21 吨、环比增加 17.19 吨、增幅 18.13% 的良好业绩。 (谭顺兰)

首届遵义十大名酒评选结果公示

根据遵义市人民政府办公室《关于印发首届遵义十大名酒评选活动工作方案的通知》(遵府办函〔2017〕42 号)要求,中国酒业协会、遵义市酒业协会组织开展了首届遵义十大名酒评选。现将评选结果公示如下(排名不分先后):

一、首届遵义十大名酒“遵义市人民政府特别贡献奖”(1 名)

贵州茅台酒股份有限公司 贵州茅台酒(53%vol,酱香型)

二、首届遵义十大名酒(10 名)

贵州茅台酒厂(集团)习酒有限责任公司 金质习酒(53%vol,酱香型)

贵州茅台酒股份有限公司 汉酱酒(51%vol,酱香型)

贵州国台酒业有限公司 国台酒(53%vol,酱香型)

贵州珍酒酿酒有限公司 珍酒 珍十五(53%vol,酱香型)

贵州省仁怀市茅台镇糊涂酒业 (集团)有限公司 百年糊涂酒(52%vol,浓香型)

贵州酒中酒（集团）有限责任公司酒中酒福酒(53%vol,酱香型)

贵州省仁怀市茅台镇云峰酒业有限公司 小糊涂仙酒(52 %vol,浓香型)

贵州董酒股份有限公司 鸿运董酒(54%vol,董香型)

贵州省仁怀市茅台镇金酱酒业有限公司 金酱酒(53%vol,酱香型)

贵州钓鱼台国宾酒业有限公司 钓鱼台国宾酒(53%vol,酱香型)

公示时间:2017 年 5 月 20 日——2017 年 5 月 26 日。

联系电话:0851-22227499

一汽－大众荣获“2016 中国最佳合资汽车企业奖”

臻善企业奖、最佳杰出雇主奖、中国汽车年度榜样企业、中国最佳企业公民奖……一汽-大众 2016 年屡获大奖，堪称中国汽车行业的奖项“收割机”。

5 月 19 日,一汽-大众又获奖啦! 在由二十一世纪报系主办的“2017 中国汽车新创峰会暨 2016 中国汽车年度人物 & 年度企业颁奖典礼”上,一汽-大众成功斩获“2016 中国最佳合资汽车企业奖”,成为国内汽车行业中妥妥的实力派!

一汽-大众在 2016 年凭借市场表现、行业贡献、社会责任等各个方面取得的突出成绩,不仅赢得了用户,也赢得了社会各界的点赞,进而才能成功获得“2016 中国最佳合资汽车企业奖”。在 2017“专注”之年,一汽-大众将专注每一项工作,继续在产品品质、用户体验、技术创新、社会责任等方面“撸起袖子加油干”,让我们拭目以待! (何伸)

●一汽－大众荣获“2016 中国最佳合资汽车企业奖”

●一汽－大众汽车有限公司企业品牌新闻发言人、公关总监黄龙领奖

工行新干支行注重“四强化”有效提升营销执行力

2017 年,同业竞争日趋激烈,为保证各项业务持续发展，江西工行新干支行始终坚持“以客户为中心”的服务理念,进一步转变员工营销意识,提高员工营销技能,始终以发展为动力,强化营销服务执行力。

强化执行力转变员工营销意识。该行号召全体员工要转变思想促发展，牢固树立营销意识,充分发挥网点柜面主阵地营销优势,要求柜员在办理大额资金的业务同时抓住机会进行产品营销，督促大堂经理加强优质客户的识别和引导，当识别该客户为潜力客户时，须第一时间呼叫客户经理和网点负责人对该潜力客户金融需求进行深入挖掘，同时大堂经理及时调整现场排队策略，为客户经理和网点负责人争取更多的营销时间和空间。

强化执行力提高员工营销技能。全辖营业网点利用晨会和例会对业务进行培训,全面了解银行产品的营销种类和亮点，不断提高员工的营销技能,激发员工的营销热情,该行制定了考核办法和产品营销进度统计表,明确奖罚措施,坚持“谁营销、谁受益”的原则,从而调动了全员营销的积极性。

强化执行力提升员工服务意识。该行要求把“以客户为中心”的服务理念真正落实到工作中去，不断提高优质客户的满意度和忠诚度。

强化联动营销模式抢占市场份额。为充分发挥营业网点接触点营销优势，积极构建“柜面人员、大堂经理、客户经理、网点负责人”四位一体的联动营销模式。督促大堂经理要经常性进入网点运营系统,对排队策略、营销暗码、要客管理等进行修改录入,以便各营业网点努力抢占市场份额,做强做大业务,保证全行各项业务持续发展。 (刘莲英)

激情夏日 纵享清凉

上汽红岩夏日送清凉活动清爽开启

恰值盛夏即将来临之际,上汽依维柯红岩商用车有限公司(以下简称“上汽红岩”)为感恩客户、践行“服务零距离”服务理念,即日起至 6 月底启动了以“激情夏日、纵享清凉”为主题的服务送清凉活动。活动期间,红岩公路车用户可享受到五大项目免费服务及维修、保养折扣等超值豪礼。

据悉,本次活动时间为:2017 年 5 月 18 日——6 月 30 日。五大免费服务项目包括:

——免费检测空调。因空调长期停置不用,容易积灰甚至生虫、滋生细菌,为了让用户安心、健康使用,上汽红岩免费为用户检测空调;

——免费加注冷媒。对因冷媒不足影响空调正常工作的,上汽红岩售后服务站将免费为用户进行加注;

——免费冲洗中冷器、水箱。为了使发动机在高温环境下仍能高效运行,上汽红岩免费为用户冲洗中冷器、水箱的散热片,保持清爽整洁;

——免费检查雨刮系统、添加喷水。夏日的天,说变就变,为不影响用户在雨天安全驾驶,上汽红岩免费为用户检查雨刮喷水是否充足;

——免工时费加装防虫网。夏季的南方蚊虫多、北方柳絮多,为避免蚊虫、柳絮等影响卡车正常散热和行驶,上汽红岩免费为用户检查并清洁防虫网,对于未加装防虫网的用户告知防虫网对车辆的优势,对于需要加装防虫网的用户免加装工时费。

此外,在活动期间,所有保养配件、维修配件均可享受 9.5 折优惠。

据了解,本次活动是上汽红岩为深入践行“服务零距离”品牌内涵,树立红岩重卡良好的企业形象和用户口碑，从服务细节着手,关怀用户的一次具体行动。 (谷婷婷)

蒙牛数字化营销中心:创意变现,内容为王

广告形态变化万千,永远经典的,是背后的洞察和创意展现;各种营销奖项层出不穷,但无一例外,他们都或多或少,揭示了行业的未来。

所以从这个角度出发,当以“经典营销未来”为主题的第 17 届 IAI 国际广告奖,将五项重量级大奖授予蒙牛数字化营销中心时,无疑意味着这家从传统企业电商部门脱颖而出的数字营销机构,不但早就把眼光瞄准未来,更以实际行动,推动着整个数字营销行业向前发展。

IAI 国际广告奖由中国传媒大学广告学院、中国商务广告协会主办，致力于探寻数字时代，营销行业的趋势和变化。拥有深厚传统乳制品行业积淀，时刻奋战在营销一线的蒙牛，比“学院派”更早感受到来自各方的互相冲击：日新月异的中国社会，互联网的强势介入，新一代 90 后群体的快速成长，无不迅猛地改变着市场格局和运营模式。

蒙牛数字化营销中心,正是在这样的背景下应运而生。

从成立伊始,“创意变现，内容为王”就是蒙牛数字化营销中心的核心理念,也是其认为的行业未来。按照总经理郭锐的说法,“今天的内容是随时产生、随时消亡,今天品牌正在不同的人群中诞生。今天所见即所得,所看即所买。”

作为对“创意变现,内容为王”的有力印证,不到四年的时间,蒙牛数字化营销中心就将蒙牛一年两三千万的电商销售额,做到 2016 年突破 10 亿元的业绩。

不仅如此,蒙牛数字化营销中心还成功打造了诸多线上爆款:

风靡于营销圈的“互联网牛奶”甜小嗨,就源出于此。甜小嗨是一个线上营销品牌,从 idea 落地到上线销售,只用了三个月。就是这样一个“互联网品牌”新品,短期内就收获 400 万销量。

蒙牛数字化营销中心严格意义上的第一款爆款，可以溯源到 2014 年以运动手环为代表的智能硬件爆火的时代。敏锐感知到消费者和智能硬件之间不断变强的粘性,专为时尚、高端运动健身人群打造的“M 运动营养”家族应运而生。“M 运动营养”旗下涵盖 M-PLUS 和 M-UP 两大品牌,分别面向入门级、进阶级运动健身人群,提供他们运动所需的营养和蛋白质,巩固每一个人的运动成果。

在未来,蒙牛数字化营销中心仍会秉持“创意变现,内容为王”的宗旨,继续通过大数据开展精准营销研究,将品牌理念准确触达消费者。 (齐鲁)

皖南 7 市抱团开展旅游营销

日前，皖南国际文化旅游示范区旅游营销联盟在屯溪启动，今后皖南 7 市将抱团开展旅游营销,共同打造“山水皖南文化徽州”国际品牌形象。

据悉，皖南国际文化旅游示范区范围是安徽旅游的“国字号”品牌,包括黄山、池州、安庆、宣城、铜陵、马鞍山、芜湖等 7 市,旅游资源密集、品位高。皖南旅游营销联盟突破地域和空间限制，由示范区 7 市旅游管理部门及相关旅游企业自愿组建,将遵循资源共享、市场共建、品牌共创原则,全面践行整体营销理念,努力实现“大旅游、大产业、大市场、大合作、大发展”。

会议发布了《皖南旅游营销联盟宣言》,提出搭建大平台,建立联系会议制度,进一步加强信息互通、整合营销;推进大合作,加速生态、文化、旅游融合营销,实现旅游资源互补、市场互动、客源互送、产品互推、信息互通、交流互访;共创大品牌,构建立体宣传推介体系,共同树立“山水皖南文化徽州”整体旅游形象，提高区域旅游产业整体市场竞争力。 (闫冲冲)

便民服务 代理机构:四川博纳文化传播广告有限公司 QQ:3329295109 收费标准:55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

律师提示:本刊仅为供需双方提供信息平台，所有信息均为刊登者自行提供。客户交易前请查验相关手续和证照。本刊不对所刊登信息及结果承担法律责任。

●成都腾龙电气有限公司开给遵义长征电器智控设备有限责任公司的四川增值税专用发票(代码 5100163130,号码 11544161,金额 52500 元)发票联、抵扣联遗失,特此声明

●成都市盈达网络技术有限公司企业法人营业执照正本注册号 510109000018710 遗失作废

注销公告

成都市盈达网络技术有限公司(注册号 510109000018710)经股东会决议决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。

●经营者:王璐璐。成华区王璐飞璐商贸部（统一社会信用代码 92510108MA62Q3R28L）营业执照正副本遗失作废。

●新都区斑竹园镇雅腾服装经营部遗失营业执照正本（注册号 510125600249994）声明作废

●成都炎木文化传媒有限公司营业执照正副本(注册号 510105000182721)、组织机构代码证正副本（代码:590201231)、税务登记证正副本(川税蓉字 510105590201231 号)遗失作废

●成华区顺兴图文制作部遗失营业执照正副本（注册号:510108600310869)声明作废。

●成都欣辰医疗设备有限公司(统一社会信用代码 91510106572276192L）营业执照正本、副本遗失作废。

●成都环益锅炉销售技术服务中心公章(编号:5101008466088)遗失,声明作废。

注销公告

成都展卉农副产品有限公司(注册号 510105000490635)决定注销,请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告

注销公告

成都花间餐饮管理有限公司(注册号 510105000019671)经股东会决议决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。

●四川泰达尔科技有限公司公章（编号:5101008290150)、财务章(编号:5101008290156)字迹不清楚、损坏,声明作废

●武侯区建昕汽配商行财务专用章(编号:5101008369956)遗失,声明作废。

●成都奇远商贸有限公司增值税防伪税控企业端开票 F1010010014 遗失作废

●本栏目 2017 年 3 月 28 日刊登成都市兴龙腾商贸有限责任公司统一社会信用代码 91510656201109 4B，更正为：注册号 510106000152867

注销公告

成都河旁酒店管理有限公司(统一社会信用代码 91510100052532981 6)经公司股东会决议决定注销公司。请债权债务人于本公告见报之日起 45 日内向我公司申报债权债务。特此公告

2017 年 5 月 26 日

●四川巧手家政服务有限责任公司府南分公司税务登记证正副本(税号:510105660482332)不慎遗失,声明作废。

●成都迪瑞行房地产营销策划有限公司营业执照正副本（统一社会信用代码 91510104MA62Q73G0K)遗失,声明作废

●李玉平，建筑工程资料员证书编号:1211000600538 遗失,作废

●胡茂强，建筑工程材料员证书编号:0910000500066 遗失,作废

●孙菊清，建筑工程资料员证书编号:1111000600462 遗失,作废

●孙菊清，建筑工程材料员证书编号:1011000500205 遗失,作废

●杨建润 2015 年 6 月西华大学体育教育专业毕业报到证号 2015062320960 6 报到证遗失作废

●四川赢泰网络科技有限公司（税号:510108331957982）四川增值税专用发票（代开），发票代码:5100152160,发票号码 00113216、00113215、00113218、00101102、00104016、00114349、00114350、00114348、00180827、00180826、00104015、00101380、00101119、00101118、00102887、00104118-00104122、00101103;2015 年 4 月-2015 年 12 月的会计凭证，均遗失作废。

●成都市金牛区林发塑钢门窗经营部增值税普通发票(空白)1 份发票代码 5100153320 发票号码 05121556 遗失作废。

●四川省倍康健生物科技有限公司统一社会信用代码 91510100321544762P(原税号 510107321544762）四川增值税普通发票(发票代码 5100151320,号码 02118696,02118697)遗失作废

遗失公告

四川省凯帝源建筑工程有限公司法人章何新麟(编号:5101008785257)不慎遗失,特此声明作废。 2017 年 5 月 26 日

减资公告

四川力渡力合机电设备工程有限公司(统一社会信用代码 91510100MA61WT037N)经股东会决议决定减少注册资本,由原（人民币)2000 万元减少到(人民币)100 万元。请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司申报债权债务。

特此公告

注销公告

成都冷蜀记餐饮有限公司（统一社会信用代码 91510107MA61W1EJ0G)经股东决定注销,请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。

●成都永宏顺达商贸有限公司统一社会信用代码 91510106MA61X4M269 发票领购簿遗失作废

注销公告

四川省天蜀越盛物流有限公司(注册号:510125000173383)经公司股东会决定注销。请债权债务人于本公告见报之日起 45 日内到我公司申报债权债务。

注销公告

成都耀泰康农业开发有限公司(统一社会信用代码 91510105052504825 6)决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司申报债权债务。

注销公告

成都格鸥农业科技有限公司(统一社会信用代码 91510105052501435X5)决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司申报债权债务。

注销公告

成都琴惠园林工程有限公司(统一社会信用代码 91510105005058366B)决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司申报债权债务。

注销公告

崇州市柜王府家具有限公司(统一社会信用代码 91510184MA62L6A04W）经股东会决议决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告

●成都鑫华龙楼梯工程有限公司营业执照副本(注册号 510107000353195)遗失,声明作废。

●四川广泽电力建设有限公司不慎将外出经营活动税收管理证明【统一社会信用代码:91510000066536095 93】,外经证号:武地税一所外证[2016]25937、20620】遗失,声明作废。

●四川省莱茵堡家居用品有限公司(税号:510107085842118)通用手工版发票（千元版),发票代码:151011471001,发票号码:02300917-02300922 共计六张,遗失作废。

●四川携游网信息技术有限公司(原公司名为成都勤而惠电器有限公司)原法人章罗晓利(编号:5101008722446)遗失作废。

注销公告

成都汉正文化传播有限公司(注册号:510125000179958)经公司股东会决定注销。请债权债务人于本公告见报之日起 45 日内到我公司申报债权债务。