



奥克斯新款手机营销玩起“文化”牌

当机车包遭遇灰布长衫,会怎样?

在日前奥克斯通讯战略规划发布会上,就发生了这一幕。在掌声余音绕梁,《兰亭序》龙飞凤舞之时,若干模特执最新款的手机亮相。

奥克斯手机“手机是现代器物,兰亭序代表古典,我们就是要这两者碰撞,将古典与现代,文化与科技完美融合。”奥克斯通讯公司总经理陈光耀道出了奥克斯新款手机“兰亭序”的别具匠心。

发布会上,奥克斯通讯同时发布了企业全新的战略规划,一个剑指全球移动电话十大品牌的愿景随着“兰亭序”的上市切近了许多。

复古植入兰亭古文化

复古之气在时尚界蔚然成风之时,奥克斯通讯把这个感觉运用到了手机上。据奥克斯通讯公司总经理陈光耀介绍,此次发布的“兰亭序”手机将中国东晋大书法家王羲之的杰作《兰亭序》的相关元素融入到了手机的设计理念,产品研发生产,营销推广等每一个环节。“我们的目的在于呼吁人们在享受现代潮流生活之余,停下脚步,回味传统文化的绵长幽香,不忘保护最古老的传统文化。”

“我们并不是为了复古而复古,而是为了实现经典和时尚的自然结合。”该负责人告诉记者,在植入兰亭古文化之外,公司将具备时尚元素的硬件配置到手机中,比如采用了MTK最新的6236平台,其核心处理速度至少是普通手机的3倍;应用500万的高清自动对焦技术、全视角的高清高亮IPS屏及专业的雅马哈功放芯片等。

据了解,近几年奥克斯通讯加大了在研发和技术创新上的投入,而这款名为兰亭序的复古手机即为研发成果的集中展示。

焕新锁定品牌新战略

事实上,为了焕新而复古,这才是奥克斯手机真正的用意。按照相关负责人的说法,通过品牌升级,跻身全球移动十大品牌将是奥克斯通讯的最终战略目标。

奥克斯手机在国内二三线市场实现了多年的快速增长后,奥克斯已拥有了一定的市场基础及对消费者偏好的把握能力。“我们认为已经是时候进行品牌升级了,在销量上来了之后,只有进军中高端市场才能保证企业的利润率,同时,这也是国产手机走出去、与大品牌竞争的必经阶段。”上述负责人告诉记者。

据了解,除了推出“兰亭序”的试水之举,奥克斯为其品牌升级准备了一系列大刀阔斧的动作。比如为了保证产能,奥克斯去年投资2000万,在东莞塘厦组建了占地20万方的奥克斯通讯科技产业园,届时奥克斯通讯的首期年产能可达到1000万台。而为了塑造全新的品牌形象,奥克斯通讯在今年将投入2.5亿着手进行手机品牌整体传播规划,在媒体及销售终端进行全面推广。

此外,为了给予新战略做好铺垫,奥克斯通讯的上市计划也正式提上日程,上述负责人透露,公司有望于三年内实现上市。

(新浪数码)

营销策略 | Yingxiaocelue

力推“视频探店” 团购网站创意营销

团购模式渐渐被广大消费者接受。数据显示,2010年国内团购网站总销售额已经突破10亿元,发展速度惊人。不过,随着越来越多的创业者加入团购行业,竞争也日趋激烈,一些先期团购网站的市场份额开始被后来者瓜分,遭遇销售量萎缩的困境。

如何稳固市场份额,遏止销量下滑,这是当前很多团购网站面临的首要任务。据业内人士告诉记者,就团购网站的营销风格而言,大概有两大派系,一种是直接砸钱做广告,以拉手网、高朋网等为代表,另一种则是搞创意营销,有新意、重实效,以团委会团购网为代表。

开设了上海、广州、深圳等18个分站的团委会团购网,3月中旬曾策划了一场让业内外人士惊羡的线下创意活动,并被媒体广为报道,网友称之为“低胸门事件”。相较于冷冰冰的广告,团委会团购网的创意营销,显然更具有四两拨千斤的宣传功效。

团委会团购网深谙此道。

3月29日,团委会团购网“故伎重演”。只不过,这一回,换了一个城市,换了一种玩法,但本质依然是“创意”二字。此番,在北京,团委会团购网邀请热爱主持的网友,推出了“视频探店”活动,实拍商家的消费环境,引导消费者做出更加客观、



拉手网团购打折

理性的选择。他们还邀请商家讲解团购套餐的详情,并要求商家当场承诺团购的服务质量。

据了解,团委会团购网是首家推出“视频探店”的知名团购网站。“视频探店”活动负责人即运营总监杜小姐向记者透露,目前团购竞争

激烈,商品种类极大丰富,而行业内却出现了销量下降的趋势,主要是因为消费者对于团购商品的了解不足,以及对参团商家的不信任。团委会团购网希望通过现场实拍讲解的“视频”模式,能够最大限度地帮助消费者更直观地了解商家,以及团购项目内容,从而实现放心团购的目的。

杜小姐介绍说,举办这样的活动,除了有望促进消费者理性团购,还可以加强与网友的互动,拓宽网站的形象宣传。比如,“视频探店”通过公开招募主持人的方式,吸引了

一些新用户的注意,从另一个方面宣传了网站。众所周知,当前团购网站介绍项目时,只有文字和图片两种形式。团委会团购网推出第三种介绍方式“视频”,无疑一大创新举措。但是,在团购行业的整体信誉逐渐流失之际,团购网站仅增添一个“视频”介绍,能否增进消费者的信任,恐怕还需要时间的检验。

中国电子商务研究中心一位研究人员认为,“视频”介绍方式对团购的促进意义是显而易见的,不同于文字、图片,视频是立体的,有现场感,更真实,相信消费者观看了视频,更愿意下单购买。但是,视频制作需要不小的成本,不是每一个团购网站都有这个能力。因此,未来只有较具实力的团购网站,才可能推出“视频”介绍团购项目。(浙江在线)



投资定制剧 推“圆梦工厂”行动

宝岛眼镜砸出营销“组合拳”

王芳

来自台湾的宝岛眼镜最近执行了几项让人跌破眼镜的新业务。它们包括:投资网络剧集、设计开发手链和T恤、海选赛车手的“圆梦工厂”项目等。

3月28日,宝岛眼镜中国区营运长刘继忠在北京宣布了上述一系列战略规划。当天在接受记者采访时,刘拒绝透露宝岛的新业务计划投入金额,并表示尽管有顶级风投融资接触,宝岛仍对资本市场没有兴趣,无意上市。刘继忠是在宝岛投资拍摄的网络剧“恋爱SOS”首映式上作出上述表述。该剧剧情几乎为宝岛眼镜定制,男主角在剧中角色为一



家宝岛眼镜店副店长。宝岛眼镜全国市场部副总经理陈雪玲称,包括投资网络剧在内的“圆梦工厂”项目源自宝岛眼镜董事长个人长久来的

一个想法,并已筹划多年。“圆梦工厂”是被宝岛眼镜称为宝岛的App Store,由宝岛整合几大供应商资源,搭建平台为消费者

提供“圆梦”服务,正在规划的圆梦行动包括,到米兰参观时尚秀、和世界级运动冠军一起晚餐、到全世界最顶尖的光学公司实习等。供应商包括强生、夏蒙、卡尔蔡司等公司。

陈雪玲在接受采访时表示,该项目对供应商的最直接的利益就是节省了大笔宣传费用。她称,截止到28日申请“圆梦计划”的消费者已经达到了80万,其中还有一位报名者是刚出生三四个月的婴儿。

刘继忠则表示,得益于该计划,宝岛眼镜的销量近期增加了20%。

刘继忠最后表示,尽管不乏最顶级的风投融资与宝岛接洽,但宝岛对资本市场仍然没有兴趣,无意上市。

中国重汽业绩大幅度提升

郭化南

3月25日,中国重汽(香港)有限公司董事局会议在港召开。中国重汽董事局主席马纯济宣布,2010年度,中国重汽紧紧抓住中国经济快速发展和重卡市场需求旺盛的机遇,中国重汽共销汽车150064辆,同比增长38.3%;营业额39656百万元人民币,同比增长42.1%;利润总额2054百万元人民币,同比增长56.9%;本公司股东应占盈利1481百万元人民币,同比增长77.0%。

过去的一年,中国重汽始终坚持技术创新,不断提升研发创新能力,在发挥工程用车优势的同时,加强与牵引车为主的公路用车和特种车辆的改进和提升。自重不断降低的新型

牵引车得到用户的认可,市场销量逐步增加。70吨矿山霸王推向市场后反应良好,成为新的增长点。中国重汽还不断加大CNG与LNG新能源汽车的研发,丰富产品系列,兼顾环保与经济性的新能源重卡,产品广泛应用于运输、工程建设、矿山生产等多个领域,未来将具有良好的市场空间。截至目前,中国重汽连母公司参与并制定中国重卡行业标准24项,已累计申请专利1503项,其中授权专利1354项,专利数量继续保持国内重卡行业第一的地位。

根据中国重汽与德国曼公司协议,引进技术与产品的本地化工作正按双方协议顺利进行。曼发动机国产化项目正在进行,此项目建成投产后,将进一步提高中国重汽市场竞争

力,并为国IV排放标准的切换赢得市场先机。

面对2010年复杂的国际市场环境,中国重汽针对不同市场特点,采取积极有效措施,不断巩固和发展海外原有市场,积极开拓新兴市场。在产品销售地或有市场潜力的国家或区域设立了24个销售分部,拥有70多家经销商、230多个销售网点、近200家服务网点。2010年,中国重汽出口重型卡车13549辆,同比增长59.4%;保持国内重卡行业出口第一名。

中国重汽先后成立了中国重汽集团成都王牌商用车有限公司、中国重汽集团福建海西汽车有限公司,使公司产品布局更加科学合理,产品线更加丰富。在其原有成熟的中重卡及轻卡产品与市场基础上,不断导入中

国重汽先进的产品和技术,积极推出中重卡及轻卡新产品。目前,在济南、杭州、成都等地拥有整车与零部件研发生产基地,产品结构完善,生产布局、生产能力科学合理,能够满足市场需求。

中国重汽视产品质量为集团命脉。全面推行提升员工素质、提高产品质量、降低成本、提高生产效率的“精益化”管理工作,提高了企业整体管理水平和核心竞争力。中国重汽不断完善质量管理体系,努力提升全员的质量意识,建立技术质量风险防范机制和加强质量人才队伍建设,提升工艺水平,并实现了质量信息的网络化和生产过程质量控制的智能化、自动化,产品的主要性能指标保持行业领先水平。2010年,中国重汽

第84届全国糖酒会成都落幕

下届糖酒会移师辽宁沈阳

本报记者 李长清 张建忠

2011年3月29日,第84届全国糖酒会在四川省成都市宣告圆满落幕。

在总结会上,主办方中糖司办公室主任何继红进行了情况通报。据统计,本届糖酒会成交总额为1976亿元,其中糖及糖制品成交总额为5776亿元,酒类成交总额为12087亿元,罐头类成交总额为1622亿元,食品机械类成交总额为275亿元。本届糖酒交易会各级领导高度重视,相关厂商参展踊跃,布局规范、管理专业、配套措施工作到位,国际展区亮点突出,广告发布规范有序,主题论坛引领行业发展,众多媒体热情参与。

承办方成都市副市长王忠林随后作了总结讲话。王忠林副市长说,春季全国糖酒会永久定点成都,为成都市会展业的发展带来了新的机遇,也对成都市的服务工作提出了新的课题和挑战。他表示,承办本届糖酒会,有两个方面的体会。

一、随着糖酒会专业化、国际化水平的提高和影响力的扩展,对承办城市提出了更高的要求。成功承办本届糖酒会,积累了许多宝贵的经验:首先是各级重视指挥有力是糖酒会成功举办的前提;其次是分工明确,责任落实,是大会成功举办的保障;第三是上下一心、团结协作,是糖酒会成功举办的基础。

二、以糖酒会的成功举办为契机,总结经验,再接再厉,进一步提升现代服务业水平,推动全市经济社会更好更快发展。本届糖酒会已圆满落幕。在收获成果的同时,也会倍加珍惜良好的形势,认真总结经验不足,未雨绸缪,及早落实,力争将糖酒会一届比一届办得更好,一届比一届办得强,为全国糖酒会品牌的持续打造做出新的更大贡献。

随后何继红主任宣布2011年秋季全国糖酒交易会移师辽宁省沈阳市。大家观看承办城市沈阳市的宣传片后,下届承办城市代表沈阳市副市长祁鸣作了热情洋溢的讲话,邀约大家在沈阳相会。

协办单位:

海南亚洲制药有限公司

董事长 **楼金**

总经理:

地址:海口市国际商业大厦12层

电话:0898-66775933

传真:0898-66700763

连同母公司获得了“山东省省长质量奖”。

2011年是中国“十二五”规划的开局之年,中国重汽将继续努力,实现企业的健康快速发展;继续打造钢铁营销网络,进一步发展和完善销售、服务、配件网络体系,细化区域市场网络,全面提升营销和服务水平;持续推进风险防范体系建设,加强关键环节和重点领域的风险控制;加大技术创新力度,进一步提升企业技术水平与产品质量水平,做好新产品的市场推广工作;坚定不移地实施“走出去”战略,进一步树立和提高品牌形象,扩大产品出口;根据与德国曼公司的合作协议,积极推动引进技术与产品的本地化进程,同时不断开拓和扩大双方的合作领域和范围;继续优化产业结构,积极推进战略重组,以重卡产业为主导,逐渐实现中国重汽商用车全系列的目标,提高盈利能力。