



## 搜狐营销新策略 推网络平台升级

中国互联网与全球其他区域一样正在发生革命性的变化,新的互联网应用如社交网络、视频以及移动互联网的蓬勃发展,让网民由“门户时代”的信息获取者转变成信息的评论者和传播者,大众传播被打破,网民的注意力呈现碎片化趋势。面对这种变革,近日,搜狐公司和中国4A联手举办“2011搜狐Ad Voice营销领袖峰会”,探讨互联网营销界关注的焦点话题。

社会化媒体风头迅猛,可视化内容营销方兴未艾,移动互联网增速明显,后劲十足是当前互联网发展的三大趋势。搜狐公司联席总裁兼首席运营官王昕女士表示,这三大趋势的演进使得互联网营销理论体系始终处于升级进化之中,“互联网作为主流媒体的作用日益凸显,面对日益复杂的媒体环境,要想进一步发挥网络营销的价值,需要我们不断刷新营销观念,深刻洞察影响网络营销格局的各种因素。”

“碎片化意味着多落点。”网络资深人士表示,网络视频与社交媒体等新领域的崛起,意味着互联网进入“碎片化”时代,广告需要更多承载平台,包括传统的门户、SNS、SEM以及众多垂直领域的平台。

面对这种改变,传统互联网门户也在加速调整战略。老牌门户搜狐最早开始多元化拓展,面对这种趋势,搜狐公司联席总裁兼首席运营官王昕在会上透露了搜狐营销

(搜狐网)

## 搜狗开打学生市场新一轮营销大战

随着市场竞争的加剧,IT厂商纷纷开打营销大战。近日,搜狗针对学生市场打造立体化精准搜索。此举不仅意味着搜狗战略升级,同时也打破了培训行业的营销瓶颈。

据了解,目前中国人民大学3+1留学项目是华北地区实力较为雄厚的一个出国留学项目,通过搜索引擎带来的咨询学生占到所有咨询人数的绝大多数。同时,搜索引擎的应用很大程度上节省了中国人民大学的市场推广预算,其中,搜狗在推广性价比方面效果最为明显。

搜狗搜索引擎是全球首个第三代互动式中文搜索引擎,与其他中文搜索引擎单一搜索框接入不同,搜狗搜索系统通过整合搜狗输入法、搜狗浏览器、搜狗搜索引擎形成了三位一体的模式,辅之以搜狐巨大的平台,多点合力,实现了从网页应用到桌面应用。多渠道搜索入口,可以满足网民多元化搜索的习惯。同时,对搜狗输入法、浏览器、搜索引擎的系列应用,也让上网从搜狗开始成了一种时尚。

业内人士指出,随着上网从搜狗开始成为一种潮流,对于培训这类针对年轻群体的行业来说,在搜狗做推广可以达到事半功倍的效果。中国人民大学3+1留学项目网络负责人徐彦超表示,中国人民大学尝试在进行平面媒体广告投放的同时,也在国内几大门户网站上做广告。这类广告为中国人民大学3+1留学项目带来了一定的知名度和认知度,但是靠新鲜创意吸引点击的大撒网式推广,仅仅是赚足了眼球,实际业务却并没有显著的增长。在历经了众多挫折后,学校将目标瞄准了搜索引擎推广。

“搜狗搜索较直接、见效快、操作简单、价格透明。这也是我们使用搜狗搜索的初衷。”徐彦超进一步表示:“众所周知,七八月份是我们这类学校及培训中心招生中生源最多最集中的时候。我们一直在思考,如何一举攻下出国留学项目的营销高地。运用搜狗搜索营销后,学生入校量比上一年同期增长较明显。就学校的网站来说,记得最初使用搜狗推广的两个月时间,网站的点击量出现了大幅上涨,咨询量也相应明显增加,让人有耳目一新的感觉。”

目前,中国人民大学3+1留学项目的大部分学生都是通过搜索的渠道招来的。在招生竞争火热的六七月份,网站的点击量高达几十万次。同时,搜索推广不仅带来了生源,对公司的品牌知名度的提高,也起到了很大推动作用。

通过搜狗搜索的推广,中国人民大学3+1留学项目被潜在客户关注的程度非常高,未来还会进行更多的全国性推广,用搜狗建立的渠道和品牌去占领更大的市场。

专家指出,搜狗多维度立体化的接入入口,更加符合一般用户的搜索习惯,同时多领域的涵盖也更加符合网民的上网需求,能够帮助培训机构更好地推广。

# 影通商贸: 电影衍生品的营销蓝海

江瀚光不仅要“把《变形金刚》、《蓝精灵》和《哈利波特》直接搬进电影院里与观众亲密接触,还要开辟专门的区域售卖与之相关的产品,以及接受现场订货。”

□丁晨洁

国产电影《让子弹飞》票房达7亿之巨,但其衍生品收入为零。同期,淘宝上有一款马面面具,从一筒到九筒在网上累计销售超过340万套。“即使每套只有10块钱利润,也是3400万。但是姜文本人一分钱都收不到。如果当初我们有机会和《让子弹飞》合作做衍生品的话,这一块利润就可以分成”,讲这句话的人叫江瀚光。

今年5月底,他刚刚在上海成立了自己公司——影通商贸有限公司,专做电影衍生品。短短一个多月,他就和上海12家一线影院“爽快”地签署了合作协议,其中包括国金百丽宫、港汇永华和新天地UME等。

“不只是中国人,全球都还对这个模式很陌生。其实非常简单,人们往往会去玩具店,但最想买这些产品的一刻是刚看完电影那一刻,这时是冲动型消费。”现阶段,他作为零售商首先需要直接和发片商联系,争取授权产品,然后跳过大卖场和玩具店,进行采购并在影院里售卖。

他和影院的合作模式分为三种,一类是只分成不收租金,一类是分成加租金,还有些只收租金。“我比较喜欢分成模式,当利益捆绑在一起时双方积极性自然更高。”

数年前,万达等影院开始尝试在影院内同步售卖衍生品,但仍然采用传统模式,即用货架陈列。“这比较像博物馆而不是一家店,后者是要提供服务的”,他说,影通采用堆头的模式陈列玩偶等物品,做成一个嘉年华或者和主题有关的区域,可供观众拍照。“我的员工在培训阶段就会看完电影,完全理解电影的情节和主角角的关系,并且了解玩具的特性,所以购买过程中消费者所有的疑问都会被解答。”

另一头,影通和电影投资方的合作也非常重要。拿叱咤全球的美国电影业来说,所有品牌授权方都会在衍生品这块业务上获得占比70%以上的高额利润,而票房利润只占30%。他们通常在很多大片开拍之前就先考虑衍生品,甚至为了衍生品进行投资。

“中国的电影市场非常大,政府现在正以千亿级进行资金投入,同时



刘翔作为电影衍生品资深玩家,戴着变形金刚面具,出席上海影通国金百丽宫影城开幕典礼,并为当日推出的电影衍生品销售登陆上海一线影院作宣传。右为江瀚光。

也以每天4块屏幕速度在发展影院。目前全国影院不足2000家,我认为到2015年这个数字翻倍没有问题。”

“2009年上映《变形金刚2》时,浦东一家电影院的衍生品店3天的销售量达到12万。粗略计算,这等同于同期上海市中心的玩具店10-15倍的销量。假如我在200家电影院内有专卖店,乘以10-15,就等于有了2000-3000家玩具店的威力。”

时隔20年重新和中国观众见面的《蓝精灵》在国内有3个授权商,BOSSINI,中欧,PPW,影通和三家都有



合作。“大家都知道,毛绒玩具的形状是最重要的。我们在产品开发阶段就介入了,针对蓝色爸爸、蓝精

灵和蓝妹妹的形象设计,我们建议做成一个精美的套装,在帽子上加上可以悬挂的绳子。”影通的建议后来反馈给了生产商,虽然采购价格是以往的4-5倍,但蓝精灵的“屁股是翘的,胸是挺的”。“我想要它们能承载每一个观众的幻想,成为大人的回忆,小孩子的奢侈品”,他说,这是他选择做这行的初衷。

衍生品最大的风险是卖不掉,“TOYOTA当年才采用‘零库存’理念,而我们是‘负库存’模式。供应商给我们寄卖的权利,我们基本上就没有库存风险,因为可以退货。”同时,他也接受订单模式,“电影院空间狭小,80公分的蓝精灵在仓库中也许放不了几个,但是我们可能每天能卖几十个。所以我们接受订单,然后用第三方服务直接寄给客户。这样一来,货品加工也有缓冲时间。”“我们要竞争的并不是模式,而是创新性。每套电影都不一样,能做《功夫熊猫》不代表能做《变形金刚》。”

江瀚光不仅深知先下手为强的道理,成了最早铲土挖矿的人之一,还懂得把控良好的发展节奏,“进入有些城市是顺水推舟的事,我不想过快扩张。明年此时会有50家,3年内应该有200家。”对他来说,现阶段最重要的任务还是整合资源和建立市场规范,相比之下,也许赚钱也会是一件顺水推舟的事。

## 共商丽江烟叶十二五品牌发展大计 2011“丽江特色品牌”优质烟叶开发工商协作会圆满召开

□本报记者 魏新梅 袁红兵 实习记者 刘伟

2011年8月9日,“丽江特色品牌”优质烟叶开发工商协作会在丽江和府皇冠假日酒店宴会厅召开。与会者围绕云南省局局长余云东于2010年11月19日明确提出的“把丽江打造成全国最具影响力的特色优质烟叶产区”的命题,以“基地共建,品牌共享,把丽江打造成全国最具影响力的特色优质烟叶产区”为主题,群策群力,建言献策,共商丽江烟叶十二五品牌发展大计。云南省政府副省长曹建方发来贺信,中国烟草公司副总经理吴洪田及国家局科技司副司长张虹作重要讲话。

在启动并参观丽江特色优质烟叶品牌发展模拟沙盘和观看《香韵丽江》专题片之后,会上宣读了省政府副省长曹建方的贺信。曹副省长表示,希望丽江市人民政府、迪庆州人民政府和省烟草专卖局(公司)以本次大会为契机,围绕“打造精品、服务高端”的发展目标,精心谋划、高效推进,加快烟叶基地化、标准化、特色化和品牌化建设,把丽江烟叶做精、做强、做出特色,为云南省烟草可持续发展和卷烟原料上水平树立典范、积累经验,为促进丽江、迪庆地区经济社会持续健康发展做出新的更大贡献。

张虹副司长在会上作重要讲话



并提出三点希望:一是坚持特色优质目标,推进共同发展;二是坚定生态安全理念,推进绿色发展;三是强化科技人才支撑,推进创新发展。

在协作会上,中国烟草公司副总经理吴洪田谈了丽江和迪庆合作必将产生新的飞跃、丽江在工作措施上有新的突破和工商合作有新形式等三点感受。并对丽江烟叶品牌提出两点建议:一是要更加重视产地环境的保护;二是要更加重视亲近自然、生态种烟。

云南省烟草公司副总经理邵岩受云南省局余云东局长委托亲临会场,他在会上指出,丽江烟草要立足资源优势、夯实工作基础、促进云南烟叶生产迈上新台阶;坚持市场导

向,推进三化建设,为原料上水平做出新的贡献;努力把丽江打造成全国最具影响力的特色优质烟叶产区。

丽江市市委书记王君正作了《以特色品牌优质烟叶开发为契机——推动丽江生态产业基地建设再上新台阶》的致辞,他指出,会议的成功召开,既有利于充分发挥丽江、迪庆两地的生态条件优势,实现共同发展,又有利于资源整合,进一步提高丽江特色优质烟叶的整体实力和竞争力;同时,还将为两州市的未来发展与合作奠定坚实的基础。

迪庆州人民政府副州长王天喜谈到,迪庆两江流域独特的地理气候条件十分适应种植烟叶;迪庆、丽江两地的政府和企业对跨区域合作相

当重视,在种植规模、利益分配、收购、技术培训等多个方面进行了深入探讨,并形成了共识;迪庆的干部群众对发展烟叶生产、促进农民增收和地方经济发展的认识不断提高,跨区域合作标志着两州市的合作交流迈向了更广阔的领域。

丽江烟草专卖局(公司)书记、局长、经理段树苍在主旨发言中强调:丽江特色优质烟叶实现跨越式发展必须协力真抓实干;创新合作模式,推动丽江特色优质烟叶发展走上新征程;政工商研农要共同携手,实现基地共建、品牌共享、合作共赢,努力把丽江打造成全国最具影响力的特色优质烟叶产区。

随后,丽江烟草公司与江苏、湖南、上海、湖北、安徽、河南6家中烟工业有限责任公司签订了战略合作协议,并与云南、山东、广西、广东、福建5家中烟工业有限责任公司签订了合作意向书。

江苏中烟工业公司、湖南中烟工业公司、上海烟草(集团)公司、安徽中烟工业公司、湖北中烟工业公司、河南中烟工业公司、山东中烟工业公司、福建中烟工业公司、广西中烟工业公司、广东中烟工业公司代表以及中国农业烟草研究院青州所、河南农业大学烟草学院、湖南农业大学烟草科学学院、云南烟草农业科学研究所、云南农大等科研单位专家出席了会议。