台湾"辽宁文化之旅"新闻采访团莅临道光廿五做客参观

近日，台湾文化之旅新闻采访团媒体于总一行20余人在辽宁省台办孙处长,市台办邵主任、高副主任带领下来到道光廿五集团做客参观。道光廿五集团执行经理张慧、党委副书记徐民陪同参观。

在导游的带领讲解下，从公司世纪园出发到同盛金满族皇封作坊再到凌川牌楼、液体文物收藏史,最后到公司史展馆，同行的台湾朋友或是驻足询问,或是拍照留念,他们无不对中国有这样历史积淀深厚、底蕴丰盈传统酒文化而感慨。"到这里是我们行程的最后一站，但是我们在这里画上的不仅仅是圆满的句号，而是在句号的基础上加上感叹号，我感叹第一次没有去像北京上海那样的大城市,而是来到辽宁,更让我惊叹的是，最后来到锦州的一个酒厂，而且这个酒厂居然有着如此悠久的历史。"于总如是说,"我也是第一次来辽宁，但这次千里之行没有白来,我亲身体验,亲临现场,亲口品尝,和满族文化近距离接触,我对道光廿五酒文化产生了浓厚的兴趣,留下了非常深刻的印象。我过去喝过很多相互交流而来的知名品牌白酒,不管是浓香、酱香、清香型的，却不知道还有陈香型的道光廿五酒，更不知道有中国唯一陈香型标准样酒,今天这一品尝,我喜欢上陈香型白酒。不单纯因为它是中国唯一满族工艺品牌，更是因为它酒香低沉典雅,入口非常柔,回味非常的好。我爱喝酒,更酷爱喝白酒,但我还是头一次喝到看得见、摸得着的有着深厚历史的文化实物道光廿五酒。这次,我一定把道光廿五情、道光廿五酒带给台湾同胞，希望以酒为媒介，促进两岸间的酒文化交流，让台湾人民知道道光廿五贡酒原来是皇帝喝过的酒。"

临别时公司执行经理张慧代表道光廿五集团向台湾客人赠送了精美的礼品酒,台湾客人也许下寄语,祝愿两岸间的友谊如道光廿五酒般"酒香十里,情深万年"。

（冯丽红）

安吉租赁 联手畅明海运布局北方市场

8月6日，上汽集团旗下的安吉租赁有限公司与天津畅明海运集团有限公司举行授牌仪式，双方达成战略合作伙伴关系。这标志着安吉租赁全面进军北方市场。根据约定,未来3年内,安吉租赁计划与畅明海运合作资金5-6亿元，后者协助安吉租赁开拓北方船舶租赁市场。

目前，国内沿海船舶航运的运价已经基本恢复到金融危机前,但市场整体仍旧不稳定，供需仍处在弱势平衡下，结合自身战略和全球市场现状，安吉租赁近期动作是积蓄实力和布局市场。安吉租赁相关人员介绍，公司正在根据目前航运市场的现状逐步加大对航运企业的投放力度,布局全国市场。这次合作是安吉租赁进军北方市场的重要一步。

截至今年7月，安吉船舶租赁业务已经遍布全国。安吉租赁船舶融资租赁业务面向大物流方向打造,提出了"精耕细作"的发展战略。因此在合作伙伴选择上不仅要求在单纯航运业务上发展势头良好,更倾向于在整个物流链上有延伸业务的企业。

双方此次合作即是符合安吉租赁发展营销战略的典型。"与畅明海运合作不仅在航运方面，还有配套车辆以及产业链上其他领域。"安吉租赁航运事业部相关人员如是说。

这种营销战略给安吉租赁的正面影响非常明显。

金融危机爆发，全球航运业陷入低谷，安吉租赁不可避免受到影响。但是安吉凭借其不断创新的营销方式迅速恢复元气。到2011年其业务量不但恢复至金融危机爆发前,甚至出现了迅猛增长。"今年业务量比去年增加3倍，金融危机后的3年平均是以1倍的速度在增加。"

（新华网）

联通营销新举措
36元套餐打响校园争夺战

随着高校9月开学的临近，运营商对校园市场的争夺又再度白热化。

日前，中国联通针对学生及年轻用户的"沃派"36元套餐开始正式商用。联通客服人员说,"这是专门针对新3G用户的预付费套餐,需要重新办理新号。老用户暂时无法办理转套餐业务。"

同时,联通的"沃派"套餐中除了常规的语音通话、短信、以及3G上网流量外,还含有500M的"定向流量",可以用于阅读、音乐、微博、社交网络等3G应用。

新推36元套餐

在初期通过WCDMA的网络和i-Phone等明星终端用户吸引大批高端用户之后,如何保持3G用户的持续增长是联通一直在思考的问题。

三大运营商最新公布的6月份运营数据也显示,中国联通净增3G用户185.5万,中国电信净增187万,中国移动净增303万。单从统计上看,联通的3G增长速度依然落后。

事实上，去年年底开始，联通的3G套餐策略就开始全面调整,把重心由iPhone合约套餐转向中低ARPU值的主流用户群。去年12月7日,联通首次把3G套餐资费门槛降到了46元。当时联通市场部副总经理江大君表示,这是为了继续"扩大3G用户的规模"。

此次"沃派"套餐联通再度降低资费门槛,每月固定资费为36元,包含60分钟语音时长、100条短信、60M 3G上网流量。据一些评测人员比较,这款针对学生群体的套餐事实上比之前的46元套餐还要优惠。

另外联通客服人员还表示,"沃派"套餐会向用户赠送500M定向流量。所谓"定向流量",是指用户在国内通过中国联通3G手机上网使用特定业务时产生的数据流量。中国联通方面称，目前纳入国内定向数据流量产品池的特定业务包含沃友校园版、手机音乐校园专区、沃阅读校园专区、视频分享业务等。

付亮认为，这样的捆绑能充分利用联通在3G网络方面的优势,相比之下,移动就只能通过加大WLAN覆盖来应对。

北京联通相关人士指出,"对于运营商来说，校园市场是为数不多的纯增量市场。所以必须抓紧。"

争夺校园

对三大运营商来说，校园市场虽然利润不高，但却不仅仅意味着一批新入的低ARPU用户,而是意味着3G市场的未来，因为这能直接影响学生们走出校园之后的选择。

所以每年高校开学之际，都是运营商争夺校园用户最激烈的季节。国内校园用户市场份额最高的运营商品牌依然为中国移动"动感地带"。数据显示,截止到2010年底,动感地带用户已超过1.4亿,约占中国移动用户总数的1/4。

在2G时代，联通也曾希望通过"新势力"等品牌挑战"动感地带",但效果并不理想。进入2011年,电信和联通都开始依靠3G业务攻占校园市场。

据联通内部人士称,"沃派"是出于联通集团副总经理李刚的创意。正是他在十年前任广东移动总经理期间开创了"动感地带"品牌。联通此番用意很明显,就是希望利用"沃派"替代"新势力"，向中移动的校园市场发起新一轮挑战。

另外，中国电信在吸取了去年的经验之后，也于近期推出了针对校园的3G品牌"天翼i特"，并通过低资费、统一账号登录新浪微博、人人网等手段吸引用户。

（21世纪经济报道）

背景延伸

7-9,校园成主阵地!

每年的7到9月份都是运营商校园营销争夺战的关键时期。"在2G时代,中移动在校园市场占据了绝对的优势。随着3G时代的到来,三大运营商的各种动作也越来越多。特别是联通和电信。"电信分析师付亮表示。"联通的目标很明确,但具体能抢下多大的市场份额还要看具体的操作执行。"

徐浩然主持第五届中国品牌节大型颁奖晚会

第五届中国品牌节开幕式现场

徐浩然与全国金话筒主持人朱丹共同担任晚会主持

品牌中国产业联盟主席艾丰、执行主席刘东华、秘书长王永致辞

日前，第五届中国品牌节品牌中国大奖电视颁奖晚会在北京国际饭店隆重举行,政府领导、品牌代表团、企业家、学者、品牌专家、品牌经理人、新闻媒体、消费者等共2000多人参加了本次晚会。晚会由中国品牌经理人协会执行会长、远东控股集团首席品牌官徐浩然与全国金话筒主持人朱丹共同担任。

第五届中国品牌节品牌中国大奖电视颁奖晚会是第五届中国品牌节的一项重要活动,"品牌中国大奖"是中国品牌届的"奥斯卡",旨在通过发掘和表彰在自主品牌建设和推广领域具有突出表现的企业，最大程度上激发中国自主品牌的创新能力,并本着"企业不分大小,唯创新是举"的原则,推动中国由"制造大国"向"品牌大国"的跨越。北京燕京啤酒集团、大自然地板(中国)有限公司、圣象集团、山西杏花村汾酒集团、新浪微博、内蒙古鄂尔多斯服装有限公司、星河湾集团、富贵鸟(福建)鞋服有限公司、神州租车(中国)有限公司、北京汽车集团等分别获得该奖项。青岛、深圳、苏州、大连、泉州、西安、无锡、长沙、北京东城、佛山荣膺2011中国十大品牌城市。

品牌中国产业联盟顾问、中共中央委员黄晴宜，品牌中国产业联盟主席艾丰,文化部原副部长、国家博物馆首任馆长潘震宙，品牌中国产业联盟副主席、国资委研究中心品牌专家委员会秘书长杨子云，国务院参事室原副主任兼中央文史研究馆副馆长王楚光,中共江西省委原书记、原十届全国人大常委、农业与农村委员会副主任舒惠国,世界生产力科学院院士、国家人事部原常务副部长程连昌等领导嘉宾出席了此次颁奖晚会。

据悉,8月8日,由品牌中国产业联盟、中国国际商会等单位联合主办的第五届中国品牌节在北京人民大会堂隆重开幕。中国品牌优秀代表欢聚一堂,共同见证了这一年一度的、代表中国企业年度品牌建设崇高荣誉的盛典。为期5天的第五届中国品牌节取得圆满成功，近万名代表出席了欢迎晚宴、品牌中国理事会年会、开幕式、高峰论坛及12个分论坛、品牌之旅、贵宾沙龙（围烛夜话）、品牌管理特训营、电视晚会、理事互访等系列活动。十届全国人大常委会副委员长、品牌中国产业联盟名誉主席、著名经济学家成思危出席开幕式讲话并宣布品牌节开幕。

（远东宣）

以势谋篇　共创多赢
——2011中国(寿光)国际水利建设暨农机装备展览会前瞻

□本报记者　赵　健

古人说,"善弈者谋势"。 而如今,日趋激烈的市场竞争下,人们日常的经济生活中需谋之"势"更多地体现在大的发展趋势和各级政策导向上。"势"往往无形,却指定了事物运行的方向,人们顺势而上则事半功倍,逆势而动则事倍功半。

今年年初,党中央下发的2011年一号文件和7月份召开的中央水利工作会议，都把水利建设作为事关我国社会主义现代化建设全局和中华民族长远发展重大而紧迫的战略任务。这是中国共产党成立90周年以来、也是新中国建立以来第一次以中央名义召开的水利工作会议,规格之高、内容之实、影响之大、效果之好实属前所未有。这必将载入中华民族治水兴邦的史册，成为中国水利事业继往开来的里程碑，开启着我国水利跨越式发展的新征程。

据了解,在中央确定了我国今后水利建设的重要目标和六大重点任务后,各省市也都相应确定了当前和今后水利建设的范围和重点,确定了水利资金保障措施。预计2011年全国水利建设投入将达到4000亿元,未来10年将超过4万亿元。而这些水利建设资金主要投向河流湖泊治理、水库加固除险、城乡居民饮水安全、农田灌溉、水资源保护等。仅山东省就规划了"南北贯通、东西互济、库河相联、蓄泄兼筹"的四大水利网体系和"水资源配置、防涝抗旱减灾、农田排灌、生态水系及水利信息化"等五大重点工程。

同时，中央决定在全国范围内新增400个县作为第三批"小型农田水利工程(小农水)"重点县。中央财政将大幅度增加小农水专项资金规模,对重点县平均每个县补助800万元。这些措施给我国水利建设市场注入了新的活力,增加了新的动力,创造了新的商机。

"时变势变,顺势而动"。 借中央水利工作会议的东风，由山东省政府联合国家有关部委主办的2011中国(寿光)国际水利建设暨农机装备展览会将于今年11月6日至8日在山东省寿光市国际会展中心举办。展会突出了水利建设和农机装备两大主题,展品将涵盖现代水利装备与技术,现代农机装备与技术，水利与农机信息化等全部范围。展会主承办方还将邀请组织国际水利与农机行业知名企业和机构参展参会，更大程度上体现展会的国际化水平，并将全面展示国际水利建设与农机装备的新产品、新设备与新技术。

据了解，本届展会展出面积达2万平方米,标准展位1200个,预计参会人数4万人次左右。该展会由山东省政府和国家有关部委主导，各级贸促机构深度参与，并由专业展览公司运作；加之举办地山东省寿光市是全国百强县(市)之一,有着"中国菜都"的美誉,且已连续成功举办了14届蔬菜科技博览会,无论是办展条件,接待能力和水平，还是办展经验都是相当成熟，可为参会人员提供国际一流的服务。

据主承办方介绍，党中央关于对水利建设的政策导向，将要进行一些巨大的水利工程必然给水利建设市场注入新的活力,从这个意义来讲,广阔的市场发展前景已经吸引着众多国内外的参展商、采购商和投资商积极参加此次展会。目前招商招展情况已达高潮,报名参展的人员十分踊跃。

人们有理由相信，借助水利与农机产业受到中央和地方政府及社会高度重视，本届展会将成为国内同行业极具影响力的专业盛会。