

“奇幻”之旅 “点”化全新营销世界

不仅仅是电影相关行业依靠“奇幻方式”从压抑的市场上振作起来,还有许多行业的品牌也因此 在销售增长上做出了成绩。这些“奇幻品牌”和“奇幻产品”为人们提供了超现实主义或身临其境的体验。

[详见 A2 版《主题策划》]



营销论坛 | Yingxiao Luntan

刺激是最好的营销战术

□ 当代青年·我赢

纽约有位年轻商人摩斯,他在纽约市的一个热闹地区租了一家店铺,满怀希望地择了个吉日开始做起保险柜的买卖。

然而开业伊始,生意惨淡。虽然每天有成千上万的人在他店前走来走去,店里形形色色的保险柜也排得整整齐齐,店中销售人员更是彬彬有礼、周到服务,但是很少有人光顾。看着店前川流不息的人群,却没有 人光顾他的店铺,他不禁心中烦恼。最后摩斯想来想去,终于想出了一个突破困境的好办法。

第二天,他匆匆忙忙前往警察局借来正在被通缉的重大盗窃犯的照片,并把照片放大好几倍,然后把它们贴在店铺的玻璃窗上,照片下面还附上文字说明。

照片贴出来以后,来来往往的行人都被照片吸引,纷纷驻足观看。人们看过逃犯的照片后,产生了一种恐惧的心理,本来不想买保险柜的人,此时也有些犹豫,前思后想还是觉得买一台踏实。因此他的生意立即有了很大的改观,原本生意冷清的店铺突然变得门庭若市。保险柜在第一个月就卖出 48 台,第二个月又卖出 72 台,以后每月都能卖出七八十台。不仅如此,还因为他贴出了逃犯的照片,使警察顺利地缉拿到了案犯。因此,这位年轻人还荣幸地获得了警察局的表彰奖状,报纸也对此作了大量的报道。他也毫不客气地把表彰奖状连同报纸一并贴在店铺的玻璃窗上,有此锦上添花,他的生意更加红火。

通过外部的刺激和诱导来向客户传递产品的价值信息,从而挖掘客户的潜在购买欲望,这就是摩斯成功的原因。

休刊启事

因国庆节休假, 本报
10月1日至10月7日休刊

本报编辑部
2011年9月30日

国酒茅台

酿造高品位的生活



◎中国铝业公司党组成员、副总经理敖宏



◎总经理武建强



◎党委书记刘永刚



◎平果县委书记周凡

□ 本报记者 王剑兰 王道海

9月25日,中国铝业广西分公司(简称“平果铝”)隆重举行庆祝建厂 20 周年暨纪念邓小平作出“广西平果铝要搞”指示 25 周年大会。

座谈会上,原中国有色金属总公司、中国铝业广西分公司、平果铝业公司的老领导吴建常、陈仁、李成业、杨世杰、欧阳斌南等对建厂 20 周年取得的成绩给予了充分肯定,并对平果铝的今后发展,提出了诸多合理化建议。吴建常说,平果铝在国家重要领导和中国有色金属总公司的关怀下,实现了“四年建成,两年达标”的壮举,可喜可贺;杨世杰则提出,希望该厂继续有效地破解资本金难题,奠定坚实的发展基础;欧阳斌南则提出了党建工作推进企业科学发展的观点等。

20 年,平果铝留下了一段以改革开放总设计师布下一枚重棋为起点的闪光足迹;写就了一部以诸多党和国家领导人对平果铝亲切关怀为精神底蕴的创业史诗;经过了一段肩负共和国追赶世界铝工业先进水平期望的辉煌历程;实施了在行业上级坚强领导、地方党政大力支持下勇攀世界铝工业高峰的豪迈进军;也实实在在成就了“时代骄子,中铝标杆”的建设发展夙愿;走过了阔步迈向世界一流企业的奠基之旅。

辉煌的回顾 一路风雨一路凯歌

中铝总公司领导,广西壮族自治区和当地党政领导,平果铝业公司历任领导、劳模代表和职工代表等 1500 余人欢聚一堂,共同缅怀邓小平对百色老区和平果铝的关怀与厚爱,同庆平果铝高速发展、科学发展 20 年取得的辉煌成就。自治区党委书记、区

人大常委会主任郭声琨,中国铝业总公司,原中国有色金属工业总公司总经理、党组书记费子文等分别发来贺信。中国铝业公司党组成员、副总经理敖宏,自治区政协副主席、区总工会主席李达球,中国钢铁协会名誉会长、原平果铝业公司董事长吴建常,以及赖德荣、谢泽宇、詹成付、黄建宁、陶荣铝等百色市和平果县党政领导出席。全国



◎办公大楼

多行业多单位以贺信或其他方式寄语祝贺。中国铝业公司副总经理敖宏、中国有色金属工业协会副会长文献军等在大会上致辞。平果铝党委书记刘永刚主持大会,公司总经理武建强作了长篇主题演讲。

时光回转 20 年,百色市平果县城西郊的右江之滨还是一片乱石滩。邓小平斩钉截铁的一句话,让这里开始了天翻地覆的巨变。1991 年 5 月 7 日,开工典礼上的震天锣鼓声,开启了平果铝从无到有、从弱到强大发展的新纪元。

从建设到投产、到达产达标、到创一流,平果铝历届领导班子带领员工不懈奋斗——

“三通一平”后,平果铝以汪师伦为首的第一届班子艰辛筹建了平果铝项目,开创了四年建成平果铝一期工程的中国有色金属工业建设史奇迹,确立“真抓实干严管创一流”的企业精神,奠定了平果铝快速发展的基础;

以全国有色金属行业里首屈一指的

“黄金搭档”——杨世杰经理、李成业书记为首的第二届领导班子接过汪师伦递来的接力棒,带领平果铝实现了两年达产达标、改写了此前中国铝工业企业一直未能达产达标的历史,顺利地解决了资本金问题,开启了平果铝全面盈利的新时代;

第三届领导班子以殷恩生总经理、欧阳斌南书记、黄振彬经理为首,带领平果铝深化改革、加快发展,不断做强做大做优企业,一举登上世界铝工业技术高峰,实现了中国由铝工业技术由引进国向技术输出国的历史性转变;

中铝广西分公司和中铝平果铝业公司合并重组后,以瞿向东总经理、黄振彬经理、刘永刚书记为首的第四届领导班子,继续深化企业改革,沉着应对国际金融危机的侵袭,创建中铝标杆,引领平果铝续写辉煌篇章;

高举改革大旗不动摇,如今以武建强总经理、刘永刚书记为核心的第五届新领导班子,奏响了平果铝新一轮大建设、大发展和创建世界一流企业的雄壮进行曲。

滚滚右江作证,20 年顽强奋进,在邓小平等党和国家领导人的亲切关怀下,平果铝人以开拓创新的精神,气吞山河的气概,



◎吴建常、陈仁、李成业、杨世杰、欧阳斌南几届领导等在座谈会上畅谈发展。

建设出一个享誉世界的现代化铝冶炼联合企业。

莽莽青山作证,20 年艰辛付出,铸就了平果铝从一期工程 30 万吨氧化铝、10 万吨电解铝产能发展到目前氧化铝年产量突破 205 万吨、电解铝 15 万吨的非凡业绩,一跃成为南方特大型铝工业基地,成为中国铝业公司旗下管理全面创优、效益最好的标杆企业。

平果铝 20 年建设发展奋斗历程一路风雨一路凯歌。平果铝牢记带富老区的特殊使命,成为开发利用当地资源发展民族经济、建设和谐小康社会的扶贫典范。获益于平果铝的强劲带动, (紧转 A2 版)

传递价值 成就你我

芙蓉王

文化头条新闻

湖南芙蓉王文化传播有限公司

本期导读 | 大营销

经 营企业 | ENTERPRISE

A3

扎堆“云端” 国产彩电“十一”开战

A3

打造金字招牌 金华火腿有秘籍

理 通商道 | COMMERCIAL

A3

洛阳君涛集团

——中国大地崛起的新星

A4

运动品牌“举枪”

伦敦奥运营销战开打在即

财 智人生 | LIFE

B1

国航:给“微营销”买免费机票

B2

搜狐拥抱数字营销生态之变

富 在市场 | MARKET

B3

揭秘“NONO 族”消费心理

探索营销方式新花样

B4

十一促销或为“美丽陷阱”

空调逆市涨价背后存“猫腻”

高端瓶装水扎堆 寻水源地成营销噱头

近年来,昆仑山、西藏冰川 5100、景田百岁山等高价矿泉水纷纷入市,在“依云”独霸高端水市场后,欲加入战局争夺高端水市场。不少企业更是于近期展开了水源地“寻源”的“体验式营销”。业内人士指出,水源地和概念牌是高端水的宣传重点,高端水贵也就贵在水源地的开发以及运输成本。

记者在沪上多家超市看到,perrier330ml 的有汽矿泉水、德国洛巴赫的 500ml 矿泉水、柯纳深海饮用水以及高端水市场的老大依云等高端水售价都在每瓶 10 元以上,国内品牌加多宝集团的昆仑山矿泉水则在 5 元左右。“昆仑山品牌的水源,来自于海拔 6000 米的昆仑山,常年冰雪覆盖,无污染,又是世界稀有的小分子团水,通过在水源地罐装,很好地保持了天然矿泉水的特性。”一家超市售货员介绍,“这种水对身体健康和美容效果都比较好,你买些回家做补水面膜也很好的。”

记者观察到,近两年来上市的高端水,大多都以“水源”作为品牌推广时强调的重点。“产于阿尔卑斯山”、“经过最少 15 年冰川岩层过滤而成”、“冰川水”、“雪山矿泉水”、“火山深层泉水”……除了这个卖点,高端水还标有丰富的微量元素、矿物质等,并通过独特的外型外包装来吸引消费者。最近,亦有不少品牌,如昆仑山,推出了体验式营销,开展消费者寻源活动。(健康饮水网)