

营销经典
 | YingxiaoJingdian

卖苹果的艺术： iPhone5 失约 iPhone4S 疯狂

iPhone 4 意外涨价

□ 李铮

“上个月还是 4688 元,怎么一个月之后就涨到了 4999 元呢? 早知道上个月就拿下了。”在苹果百脑汇店, 来购买 iPhone 4 手机的消费者看到最新市场价格,发出这样的感叹。

10 月 5 日,iPhone 4S 上市后,苹果中国官网将售价由原来的 4999 元降到 4548 元,一直心仪 i-Phone 4 手机的“果粉”王先生隐忍多时,看到 iPhone 4 降价的消息后,就准备出手“拿下”iPhone 4,但是来到苹果专营店里却得到了涨价的消息。

“16G 版的 iPhone 4 没有货,今天是 4999 元,而且是一天一个价,iPhone 4S 发布后,iPhone 4 就一直在涨价。”记者从长春一家苹果授权手机经销商口中听到这样的抱怨,一个店员告诉记者,i-Phone 4 最近一直缺货,而且最快也要下周有货。

一位经营多个品牌手机的手机经销店的店员小李告诉记者:i-Phone 4 手机库房中的存货已经不多了,今天的行货卖到了 4999 元,水货手机也卖到了 4400 元,这个价格比“十一”期间涨了很多,“水货 iPhone 4 手机曾经卖到过 3800 元。这也是因为 iPhone 4S 不能在近期登陆中国,iPhone 5 又爽约,又有 iPhone 4 要停产的消息推动了 iPhone 4 手机价格大涨。”小李认为。



iPhone 4S 疯狂

□ 林其玲

苹果第一批 iPhone 4S 分别在美国、加拿大、日本等 7 个国家当地 14 日上市,并遭到粉丝疯抢。“勤劳”的黄牛党马不停蹄,14 日晚上第一批 i-Phone 4S 顺利抵京。

中关村一位苹果专卖店老板告诉记者,14 日到达北京的货多来自澳大利亚和英国,由于到货量非常少,所以

失约的 iPhone5

乔布斯是个矛盾体。迷恋禅学的他连自己的婚礼都办成了苦行僧般的聚会,在工作思维上同样如此。i-Phone5 的失约就是个典型实例。

从半年前开始,公众就对 i-Phone5 万分期待。根据最新的消费者调查报告显示,有 1/3 的用户已经在计划购买 iPhone5,即使他们还不知道 iPhone5 究竟具备什么样的功能,也不知道它的价格。

国外科技网站给出的 iPhone5 各类参数和配置是这样的:800 万像素、1G 双核 A5 处理器、全新材料氮涂层外壳、超过 90%的全视角 OLED 显示屏、NFC 技术、支持 4G 网络、更强的 3D 图形芯片和更长的电池续航时间等。以苹果现有的终端技术来看,这些配置已经完全可以实现。

“如果换作库克,iPhone5 可能已经上市了,在自己新官刚上任之即,无论对苹果公司还是自己都是个绝大的利好。”赛迪顾问分析师刘元说。

不过,苹果官方从未对外声明 i-Phone5 发布的信息,而是称“即将发布下一代 iPhone”,这让外界也在猜测 iPhone5 还未达到生产和上市的标准。

虽然乔布斯已经远去,并在数月前卸任苹果 CEO 一职,但种种迹象表现,此次 iPhone5 的失约还是与乔布斯有着千丝万缕的关系。

首先便是乔帮主最为得意的饥饿营销法。从第一代 iPhone 面世至今,苹果让用户和市场明白了“物以稀为贵”的道理。也正是凭借着这两点,一个大众的 IT 产品瞬间被神话,直至成为当今科技界的创新图腾。

苹果产品线的不足也是 iPhone5 爽约的主要原因,一直以来,苹果的高端定位就注定其在短时间内无法像诺基亚和三星那样进行产品全市场覆盖。

而苹果第五代产品,从技术和应用上都已经到达了当今终端技术的顶级水平,加之其他竞争对手的新产品都在陆续上市,市场也在不断变革之中,苹果公司的神作 iPhone5 如果

从半年前开始,公众就对 iPhone5 万分期待。但直到乔布斯离世,人们也只等来了 iPhone 4S,但即便如此,iPhone 4S 的面世也依然疯狂,同时,iPhone4 不但没有成为明日黄花,反而更加抢手,苹果的营销策略,真的让人叹服。



选在这个中间时段上市,仅靠少量的高端用户很难达到彻底颠覆市场的结果。

这正好证实了苹果意图进军低端产品进行全市场覆盖的战略。知情人士透露,苹果将于明年推出低端 i-Phone,以此针对发展中国家和新兴市场。“尤其失去乔布斯后,苹果的工艺和设计感将会减弱,所以走全市场和以量取胜的路线更利于长期发展。”易观国际分析师郭洋说。

刘元认为,未来苹果很可能也会打高端市场与中低端市场相连的组合战,那时 iPhone5 上市对推动整个战略将更具效力。

而 iPhone4S 的推出,让苹果同时拥有了 iPhone4S 和 iPhone5 两个产品售卖季的时间,至少在未来两三年内,苹果既可以维持高收入增长,还能有充足时间研发精良的下一代产品。

但和 iPhone5 相比,iPhone4S 的不确定因素更多。甚至发布会当天,

市场就给出 iPhone4S 将无人问津的判断。

这种结论不无道理,2009 年 6 月,iPhone3GS 上市,但由于 iPhone3 的销量和口碑都已经达到了顶峰,加之苹果的价格较高等客观原因,i-Phone3GS 上市并没迎来如期的热潮。

品牌营销专家马元青分析,从一开始,苹果就是以设计和外观取胜的,但 iPhone3 和 iPhone3GS,i-Phone4 和 iPhone4S 的外观完全一致,无法吸引用户再次购买。

可乔布斯终究不凡。据了解,乔布斯辞世前一天,在病床上看完了整个发布会。这给了市场另一个信号 iPhone4S 是乔布斯临终前的遗作。

也许正是凭借这一卖点,i-Phone4S 的销量猛增。根据苹果方面的数据,iPhone 4S 开放预订的第一天便卖出超过 100 万台,这个数字已经超越 iPhone 4。

(中国经营报)

营销策略
 | YingxiaoCelue

欢乐谷式营销： 只有淡季市场,没有淡季思想

正午的北京欢乐谷门前,几个年轻人在拍照,尽管天气渐凉,仍然可以听到他们兴奋的笑声。与暑期的热闹相比,北京欢乐谷步入了北方城市特有的长达 5 个月的淡季。

“根据游客对欢乐谷的口碑和喜爱程度,以及实际接待人数看,北京欢乐谷在北方区域市场做得很不错,很扎实。2010 年北京欢乐谷可以取得辉煌的业绩。”赵小兵对于欢乐谷目前的发展很满意。

最初定位于以年轻人为主体的客源市场,随着知名度的提高,北京欢乐谷在不断满足主体客源市场需求的条件下,开始考虑规模相对较小的客源市场需求。为了满足不同消费者群体的需要,北京欢乐谷精心设置了 50 余项主题景观、10 余项主题表演、30 多项主题游乐设施、20 余项主题游戏及商业辅助设施。经过 5 年的品牌打造之路,北京欢乐谷迄今为止已经成为北京体验旅游的重要标志。

“北京欢乐谷每年都会会有一个品牌年号,2006 年是品牌上市年,2007 年是品牌建设年,2008 年是品牌提升年,2009 年围绕共和国 60 周年大庆,称之为品牌推广年,而 2010 年是品牌创新年,因为 2010 年推出个二级项目。可以说,品牌建设是公园建设的重中之重。”赵小兵说。

最初定位于以年轻人为主体



的客源市场,随着知名度的提高,北京欢乐谷在不断满足主体客源市场需求的条件下,开始考虑规模相对较小的客源市场需求。为了满足不同消费者群体的需要,北京欢乐谷精心设置了 50 余项主题景观、10 余项主题表演、30 多项主题游乐设施、20 余项主题游戏及商业辅助设施。经过 5 年的品牌打造之路,北京欢乐谷迄今为止已经成为北京体验旅游的重要标志。

“北京欢乐谷每年都会会有一个品牌年号,2006 年是品牌上市年,2007 年是品牌建设年,2008 年是品牌提升年,2009 年围绕共和国 60 周年大庆,称之为品牌推广年,而 2010 年是品牌创新年,因为 2010 年有个二级项目会推出来。可以说,品牌建设是公园建设的重中之重。”赵小兵说。

阶段性的投资建设是北京欢乐谷坚持创新、持续吸引消费者的重要原因之一。北京欢乐谷每年的投入不少于 3000 万,用于设备更新和园区改造。每 3 至 4 年,则投入 2 亿多元增加新产品,使品牌始终保鲜以提高游客的重游率。比如 2010 年 7 月,北京欢乐谷二期欢乐时光区斥资 25 亿元,引进汽车文化主题,是北京欢乐谷园区内第七大主题区域。

众所周知,活动营销要保持高品质和高标准,同时又要在消费者的心目中保鲜,这都需要巨额的资金投入,那么欢乐谷如何确保投入产出比在一个合理的范围内? 又是否建立了一个可考核的活动营销体系呢? 对此,赵小兵告诉记者,目前北京欢乐谷还没有建立这个体系,“但是投入所带来的产出是相见的,例如巴西表演活动,投入 500 万~600 万,但是营业额高达 14 亿元。虽然体系尚未建立,但标准是投入必须有保证。比如十一活动投入 300 万元,就要创造 2000 万元的收益。”以 2010 年为例,北京欢乐谷在演艺方面的投入为 1000 万元,加上活动投入约为 1200 万(不含设备折旧),但是营业额高达 3.5 亿元。

对于活动营销来说,策划和举办活动必然附带有一部分宣传投入,对此北京欢乐谷并没有固定的比例,但在宣传方面的投入要大于活动实施的费用。北京欢乐谷 2010 年有一笔活动宣传费,约为 1500 万元,而活动和演艺投入约为 1200 万元。“我们没有做模式分析,但是相对来讲是有一个比例的。淡季投入宣传费少一些,旺季多一些。对于这个行业来讲,市场永远是滞后的,宣传一定要提前。”赵小兵解释说。

一般来说,主题公园主要的盈利点是娱乐、餐饮、住宿等,门票收入只作为日常维护费用。在主题公园的收入结构中,门票收入占总收入的 20%~30%,其他经营收入占大头,例如迪士尼,酒店、餐饮和纪念品销售收入在总收入中的比例在 60%以上,门票收入仅占 20%~30%。目前北京欢乐谷已经意识到虚拟形象和品牌带来的巨大价值,“对于欢乐谷来讲,下一步即将步入动漫产业,动漫产业的目标人群与欢乐谷的目标消费群有很大的重合度,都是年轻人群。以后北京欢乐谷有可能进入 3D 电影制作等领域。”

“主题公园对于国内来讲是个朝阳产业,2009 年年底中国人已经实现了人均一次出游,2015 年将实现人均两次出游,未来随着经济发展,这方面的需求会暴胀。而且现在看来,北京的旅游市场总量很大。加上二期项目刚刚完成,北京欢乐谷将迎来另一次大幅度增长。”赵小兵很有信心地表示。

(搜狐商学院)

专利拍卖招商公告

受专利权人委托,北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对下述专利(申请)权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。详情可查阅我公司网站 www.jcbcpm.com,或致电 010-57110083 索取详细资料。

1.复合层无机防水保温材料 (ZL2008110054500.8)

本发明涉及一种用于建筑领域,其集防水、保温、隔热为一体,具有极佳的防水保温效果粘接力强、抗渗性能好、耐高温、抗低温、耐候性强等优点。各项性能指标超过了国家标准,使用寿命长,更重要的是利用了废旧塑料,达到了治理污染、保护环境、节约成本的目的。

2.一种带口香糖的饮料瓶 (ZL2011120064331.3)

们喝完饮料后及时咀嚼口香糖,有利于口腔卫生、增强固齿、按摩牙龈。

3.内燃机活塞与活塞环组件 (ZL2011120001560.0)

本专利涉及往复式内燃机技术领域。其特征是,在第二道气环槽内上下置有第二道气环和第二道气环配合环;活塞上位于第二道气环的下方设有一道油环槽,油环槽内沿上下方向设有 C 型油环薄片和 C 型油环。本专利技术方案与同类机型比较,能明显改善内燃机的工作性能和延长数倍使用寿命。节约燃油,减少维修量和维修成本。

4.一种方便使用的便携袋 (ZL201020614463.4)

本专利袋身展开后呈倒圆锥台形,口大底小,方便装取东西,通过在袋身上方增设提手,具有便携功能,袋底设置折叠线,便于运输,减少放置空间,便携袋的封口在受力不大的袋身

上的改变,节省原料。本专利主要针对快餐店的盛饮料的纸杯,在其他方面还有很大实用潜力。

5.一种治疗小儿滞颐的药物 (zl2010110512506.2)

本药物治疗效果良好、快速且不复发,其中绝大多数患者两天后症状减轻,夜间睡眠好转,50%的患者一个疗程就可治愈,40%的患者两个疗程就可治愈,需要三个疗程才能治愈的非常少,基本没有无效的,且治愈后没有复发。主要组分有黄莲,法半夏,陈皮,白茯苓等。

6.车辆定位导航、监控、提醒和通讯系统(zl201020643665.1)

本系统中的车辆定位导航及提醒装置不仅能在电子地图上显示自身所在位置,还能通过无线网络与监控中心服务器交换数据,显示其他邻近车辆所在的位置。该系统能很好的解决高速公路大雾天气的行车安全问题,还可以用于高速公路自动收费、城市交通管理。

7.一种烧烤餐具

(含一项外观专利) (ZL2010206464562、ZL201030661491.7)

本实用新型由于烧烤盘的中间设有向上突起的凸条,使食物与盘面留存一定的空隙,不溅油、不粘锅、不糊锅,加热后的油渍可排除在烧烤盘四周的条槽内。所烤食物更为香脆可口,其可直接摆放在餐桌上作为餐具烧烤食品,也可作为汤锅和涮锅直接使用。

8.百叶窗式风力发电风车 (ZL201020660164.4)

本实用新型解决了常规的风车叶片受支架的高度限制,风力产生的动力臂不能做得很长,不能生产很大的力矩,不能高效地开发风能的问题,它可以在同一横梁上的两个叶片产生风力差,推动风车旋转,产生风动力;可以高效率地发挥风力的推动作用,可以产生很大的风力力矩,风车旋转方向不受风向的影响。

9.内部可调的家用便装柜 (2011110094360.9)

本发明内部小柜子的大小和各自

的数量、位置可以根据需要自由组合,所有小柜子的透明门可以让人直接看到里边放置的物品。其有益效果:能够一目了然找到物品,可以将每件物品独立存放,可以自由组合使用,方便快捷的内部可调的家用便装柜,还方便移动。

10. 一种防病治病保健服 (ZL200920353458.X)

本专利解决了服机构复杂,应用面窄的问题。其特点是包括手套、上衣、下裤、袜子为连体式,在衣服的各部位现有保健设置有螺旋式按摩器,具有结构简单,对人体防病治病疗效好的优点,适应于保健服装系列产品。

11.一种烧伤膏膏 (ZL2008110050153.1)

本发明由香油、生地、熟地、当归等按一定比例制成,制备方法是:将原料按比例配好后放入铜锅内,然后进行加热熬制,把药渣捞出,再将黄蜡和冰片放入使其溶化为止。本发明的药物具有止痛快、不留痕迹、治疗效果显著等特点。

遗失启事
 郭武、郭清源购房发票遗失，
地址：中海兰庭 7-21-103,发票号
码：0095253,声明作废。

国药准字H46020636
 快克
 复方氨酚烷胺胶囊
 一天一粒防流感
一天两粒治感冒
 请在医生的指导下
购买和使用
 海南亚洲制药生产
海南快克药业总经销