一个阶层的声音

国内外公开发行(原《厂长经理日报》) 国内统一刊号:CN51—0098 邮发代号:61—85
网址:WWW.JLRB.NET.CN 邮箱:CJB490@SINA.COM

经理日報

THE MANAGER'S DAILY

2011年12月16日 星期五
辛卯年 十一月二十二
第331期 总第7103期
今日8版

新闻热线:(028) 87369123
传真:(028)87346406
电子邮箱:cjb490@sina.com
责编:方文煜 版式:黄健 校对:梅健秋

宁高宁整合产业链 中粮渠道生变

一位中粮内部人士透露,从2011年年初开始,宁高宁将旗下的五谷道场、悦活、金帝等除可口可乐之外的品牌消费品全部改为事业部制,集中到中粮旗下的香港上市子公司中国食品有限公司经营,整合各个品牌的渠道资源,从而将中粮内部各个品牌的产品都带动起来。 [详见A2版《主题策划》]

◎十二月一日,上汽依维柯红岩商用车有限公司与荆州恒盛汽车系统有限公司举行转向器合作项目签字仪式。

谋夺西南地区"老大"
上依红携手荆州恒盛 "锁定"转向器制造

□ 本报记者 王建蓉 通讯员 曹广

重庆市进入初冬后遭遇持续多日的阴冷天气,上汽依维柯红岩商用车有限公司(简称上依红或新红岩)与湖北荆州恒盛汽车系统有限公司的合作却依然热烈而引人注目。日前,两企业正式举行转向器合作项目签字仪式,签署了设立重庆恒隆红岩汽车转向系统有限公司合作意向备忘录。标志着几年来以中中外三方合作发展著称的上依红与以香港晋明集团为主体设立的湖北恒隆企业集团联手打造的这一新企业,将在新的合作载体上书写再次创业的新篇章。

重庆大足区区委副书记、双桥经济技术开发区管委会主任王志杰,重庆机电控股(集团)公司副总裁王冀渝,上汽依维柯红岩公司总经理熊伟铭,湖北恒隆企业集团董事局主席陈涵霖出席签字仪式并致辞。大足区委常委苏一元,双桥经开区管委会副主任张贵先,上依红党委书记、工会主席蒋盛华,常务副总经理菲奥里多以及厂、区相关部门领导,一同出席了签字仪式。

王志杰书记代表大足区对上依红与荆州恒盛的合作表示祝贺,祝贺双方以强强联合掀开了合作交流的新篇章。他在签字仪式的致辞中,介绍了新成立的双桥开发区的发展定位、产业基础和交通区位优势。他说双桥经开区与新红岩紧密相连,希望新红岩公司的第二总装厂布局双桥,经开区将积极做好相应的资源配套服务。他希望合资双方进一步加强沟通,争取项目尽快实施,早结硕果,实现互利共赢。

王冀渝副总裁代表上依红的股东方致辞称,目前重庆机电集团年销售收入突破400亿元,汽车及其零部件是集团七大重点产业板块的重点板块,他说本次上依红与荆州恒盛的合作是双方面向未来,携手共赢的重要举措,将有利于产品市场竞争力和品牌美誉度的提升,以实现优势互补,抱团发展。他希望合作双方精诚团结,务实高效地推动合作项目建设,早日开花结果。

上依红总经理熊伟铭在致辞中说,上依红与荆州恒盛的携手合作是两家企业发展中的一个重要举措。实践表明,任何品牌的成功都与它的营销渠道和技术水平这两条命脉紧紧相连。他说恒盛和上依红多年来积累的网络优势,给新合资公司提供了很好的渠道保障;在技术方面,恒盛是湖北恒隆最大的转向器出口基地,2009年就开始为美国克莱斯勒供货,合作后双方将共同为新公司打造转向器板块建立广阔的平台,使其实现市场突破,为消费者提供优质产品。

恒隆董事局主席陈涵霖在致辞中介绍,湖北恒隆集团拥有一家美国上市公司,三家境内外投资公司,十几家控股成员企业。公司致力于研制、生产各种型号的乘用车及商用车转向系统及零部件,预计今年销售转向器370万台,销售收入40亿元。他表示新公司将成为恒隆集团在西南地区重要的制造基地,产品除了全力服务上依红外,还将辐射整个西南地区市场,成为整个转向器行业的一颗新星。

据悉,即将成立的重庆恒隆红岩汽车转向系统有限公司总投资1.2亿元,注册资本6000万元, (紧转A2版)

营销论坛 | Yingxiao Luntan

成功的品牌需要粘合剂

□ 宋国平

当顾客走进商场,琳琅满目的产品呈现在面前,眼花缭乱的时候,顾客只能借助品牌这个鉴定器,作出购买的区分和选择,当巧遇价格战,顾客会图点小便宜,一脚把钟爱的品牌踢开。此时,品牌像断了线的风筝,无法掌控,假设没有品牌粘合剂,品牌则成为了消费者交易游戏的调控器,哪里优惠哪里去。

如何俘虏顾客一颗忠诚的心?这一切都离不开品牌的粘合剂,品牌的定位和互动将是粘合剂的主要成分。

品牌的归属权是企业,而品牌的支撑者却是消费者。当手机有了性别之分,当感冒药有了白天、晚上之别,我们发现市场细分的时代到来了,一招鲜无法吃遍天。王老吉是专一做凉茶的,传承着183年的历史;海底捞做火锅,16年以来,将优质的服务铭记在每一个餐桌上。就这样,一个红罐子卖到170亿,一个普通的锅底做了十几个亿,坚持定位,明确方向,是他们的真正成功之道,在舍中获取,在失去后赎回。

产品与消费者的关系好比人际关系,好比天天虽有见面,从未打过招呼,充其量混个脸熟,另外一个从未会面,却经常联系,你会觉得哪种关系更好?不言而喻,自从有了网络的互动,地球都变村了,互动得越多,感情就越深,互动越深才可交心。品牌忠诚度需要这种粘合剂,隔离消费者移情别恋的可能,为什么年轻人参加苹果的体验之后,宁可在饥饿中享受苹果手机带来的乐趣,这就是互动粘合剂发挥了作用,那么,如何做互动才能深入人心?

2005年超级女声非常成功,使蒙牛酸酸乳从一个不知明的单品,一跃成为乳酸饮料的佼佼者,几乎那一代人都记住了蒙牛酸酸乳,不约而同地疯狂喝着酸酸乳,看着电视里的超级女声比赛,随手按键盘参与到无记名投票,掌控着冠军的命运。

要获取互动的效果,需要遵循以下两点:第一,互动的时候,需要将品牌的内涵,从始至终贯穿到节目的头尾;第二,品牌的个性要与热点焦点相吻合,这样就会擦出记忆的火花,顾客群便会形成强大的记忆力,回味在心中。

车企销售终端年底冲刺
要销量不要利润

□ 王丽歌

胡先生是一位企业白领,本来计划明年买车,最近逛了一圈汽车经销店后,决定今年12月份入手一款新帕萨特1.8T。"优惠的车型太多,有点不相信。今年才上市的新款帕萨特,优惠已经超过2万元,不想再等了。"胡先生告诉记者。

从今年年中开始,车市开始出现大规模的价格优惠,但随着年底的来临,很多车型的价格将在12月份出现新的优惠高峰。为了年终返利,没有完成今年销量目标的经销商都会在这个月最后冲刺一把。

而根据记者走访了解到的情况,很多品牌经销商店今年的利润和去年不可比,"少了至少一半的利润。"沪上一家自主品牌经销店总经理告诉记者。

冲量消化库存

11日,记者在宝山区一家汽车综合卖场了解到,雪铁龙C5优惠2.5万元,新帕萨特优惠1.5万元到2.6万元,斯柯达昊锐优惠3万元,新款POLO最高优惠1.7万元,新款晶锐最高优惠1.3万元……

"东风日产天籁车型优惠得更厉害,优惠4万元,雅阁2.4L排量车型现在也降得厉害,价格掉了3.7万元。一般来说,我们报价会比4S店便宜2000元左右。"这家汽车综合卖场销售顾问张城(化名)告诉记者。

记者在这家店了解到,一些SUV车型优惠也特别多。与北京现代悦动在12月份收回一部分优惠价格不同,北京现代SUV车型ix35优惠1.5万元左右,东风本田CR-V也有几千元的优惠。

一些不方便大幅度降价的4S店在现金优惠之余,还积极在汽车金融、购车礼包、加装等方面推出更具吸引力的促销政策。

"销售增速偏低导致经销商年底的压力倍增,年底经销商完成销售计划才能拿到主机厂返点奖金,因此降价促销也会达到最高峰。"全国乘用车联席会秘书长饶达告诉记者。

其实,终端经销商处的大幅度优惠从第四季度就开始了,很多没有完成年度销量目标的汽车厂商开始Hold不住,给经销商压库存。饶达曾在11月初乘用车联席会会议上表示,10月份库存已经是今年以来最大的库存数,不过仍不是库存的最高峰。

市场研究公司安路勤数据显示,11月乘用车市场均价从13.7万元/辆下降至13.63万元/辆。以日系车为代表的中级轿车利用广州车展打响阵地保卫战,凯美瑞、雅阁等车型让利幅度强劲,带动同级别多数品牌继续加大优惠促销力度,平均终端优惠增加645元/辆;尽管豪华车的刚性需求依旧很强,但冲销量也让多数品牌在11月增加了优惠幅度,平均终端优惠增加1481元/辆。自主品牌为主的A00级别汽车市场均价从3.91万元/辆下降至3.87万元/辆,价格变化指数为-4.1。 (下转A2版)

本期导读 | 大营销 REVIEW MARKETING

经营企业 | ENTERPRISE

A2
淘宝再创造节神话
"双十二"节淘金43亿

A2
联通将试行网上分销代理制

理通商道 | COMMERCIAL

A3
红草帽成功跨"坎"
"区域营销"力量大

A3
丝芙兰:营销要走闺蜜式路线

财智人生 | LIFE

B1
赛道营销:保时捷的"不寻常之路"

B2
PPTV网络电视:网台联动价值营销

富在市场 | MARKET

B2
蒙牛酸酸乳演绎娱乐化立体营销

B3
"老字号"化妆品
如何蜕变成"奢字号"

百家企业微博营销"争霸"

随着微博的不断发展,越来越多的微博营销活动受到企业认可。腾讯微博日前宣布将于19日发起"'微赢家'企业微博营销之道"年度评选大赛活动。本次大赛将在百家优秀企业微博中,评出包括年度完美设计企业微博、年度活动给力企业微博等十大年度大奖。此次评选活动预计将持续一个月。相对于其他大赛,此次大赛不是单一的企业微博运营数据比拼,而是对微博品牌矩阵、互动性、本地影响力、创新性等多个方面进行单项评比,将综合网友投票、专家意见和企业数据等多维度对企业微博进行考量。此次评选活动不仅能为各个行业的微博营销提供范本与标杆,同时将洞悉网民的需求,提升微博的商业价值,加强企业在微博的营销活跃度,让更多的企业与民众参与到微博营销中来。 (中华工商时报)

本报监督公告

凡本报工作人员必须持有效证件。本报持证人员均在本报官方网站《金报网》(www.jlrb.net.cn)上公布,可供查询或手机上网查询(jlrb.k31.biz.cn)。本报人员个人不得以新闻舆论监督之名向企事业单位和社会各方面收取任何费用;本报任何个人不得以任何理由向企事业单位和社会各方面收取现金。广告等宣传需正式签订本报合同并通过银行汇款到报社账号,不得以任何理由收取现金或转付到与报社无关的其他账号。违者将受到严肃查处。欢迎广大读者及社会各界监督。

举报电话:028-68230681
028-68230659
028-87344621
举报传真:028-87325242
经理日报社