

B4 YINGXIAOSHICHANG | 赢销市场

每年的春节档都是影视收视高峰,也是一场没有硝烟的战争,各种开年戏和压轴戏轮番上演,让观众们都看不过来。2012 年伊始,腾讯视频发挥“网络电视台”优势,奉献最全开年盛宴,将湖南卫视、江苏卫视、浙江卫视、安徽卫视等各大卫视热播剧“一网打尽”,同时送出 5000 万缤纷豪礼,看点多多,100%给力,自然受到剧迷们的喜爱。

看点一: 100%中奖

好礼多多 开看就送

腾讯视频此次“看开年大戏 领5000 万豪礼”活动最大看点就在于“100%”中奖,借助腾讯独有的 QQ 账号系统,用户无需注册,直接用 QQ 号即可登录,每个 QQ 号每天最多有 2 次抽奖机会,1 次从腾讯视频官网观看视频超过 4 分钟获得,另 1 次则是启动客户端后获得。

不仅抽奖机会多,而且奖品丰富多彩,MacBook air、iPad2 等数码大奖天天送! 还有 iPod shuffle、QQ 公仔、红钻、绿钻、黄钻、蓝钻、QQ 公仔、20 元拍拍红包、10 元拍拍红包、2Q 币、5Q 币等奖品每天送不停!

看点二: 100%大剧

网台联动 开年大戏一网打尽

春节强档,好戏连台,各大卫视精

腾讯视频抢市场 上演“开年大剧” 五千万豪礼 100%给力



彩大戏大多集中在开年的黄金时间播放,这无疑是让剧迷们在做“艰难的决定”,今年的开年大戏主要有:浙江卫视《北京爱情故事》1 月 8 日开播,湖南卫视《另一种灿烂生活》1 月 6 日开播,江西卫视、山东卫视、安徽卫视和河南卫视 1 月 1 日同步开播《我的娜塔莎》,江苏卫视《传奇之王》1 月 1 日开播、河北卫视《洪武大案》1 月 5 日开播,东南卫视、深圳卫视和四川卫视 1 月 4 日同步开播《大唐女将樊梨花》。

就在剧迷们难以选择的时候,腾讯视频推出开年最强档——“2012 开

年剧战”。不仅奉献最全开年盛宴,包揽各大卫视热播大剧,还发挥腾讯视频独特优势,按照网友对热播剧的支持投票数量进行排名,并列出具部大剧的内容介绍和精彩看点,同时还引入微博讨论“开年大戏谁最有戏”,帮助剧迷们做出选择。

更重要的是,腾讯视频还通过网台联动,重磅推出《官锁珠帘》、《新西游记》、《怪侠欧阳德》、《幸福三颗星》等即将播出的顶级大剧,真正做到 1 月热剧全面覆盖,并以同步直播的形式充分满足网友春节假期的娱乐需



求。

腾讯视频在娱乐资源、全平台推广、双平台播放、网台联动等方面的强大优势正在逐步展现,自 2011 年 4 月上线之后,腾讯视频飞速进入行业第一阵营。据全球领先的互联网监测机构——Comscore 提供的数据显示,腾讯视频位列全球视频网站第六名,中国视频网站第二名。

看点三: 100%有趣

看剧送宝箱 开箱就有礼

如今做活动送礼品的事网友已经

见得多了,送礼还要有趣才行,腾讯视频此次送礼就格外有趣。一个 QQ 账号可以在官网或客户点双平台进行两次抽奖。

在官网点击“报名在官网看视频寻宝”按钮,然后观看视频超过 4 分钟就会发现宝箱,宝箱会在播放窗口左上角出现,点击宝箱即可获得一次抽奖机会。在客户端寻宝只要从活动首页报名并成功启动了腾讯视频客户端,就可发现宝箱,并获得一次抽奖机会。

(品牌中国网)

春节促销 苏宁易购打响2012年第一枪

“今年春节送什么,眼花缭乱的,鸭梨很大,有同感的举个手……”网购达人小仔微博发牢骚道。今年的春节,相信很多人和小仔有着同样的感受,对于“春节送礼”这个热门话题充满了纠结感。而说到春节送礼,中国人的节日消费水平才算是完全释放出来。置办年货、送礼、送红包,拉动了一系列的消费需求。由此,各路电商也不会错过这块大促黄金段,倾力推出了重磅级的促销活动,大有“争夺大战”之势。

据了解,2011 年高调大力促销的苏宁易购,在 2012 年伊始也不失大众所望,领先打响新年大促第一炮,“5000 万新年红包大派送 5 天 5 夜年货总动员”促销主题一经推出,立刻得到了广大网友的热烈追捧。

记者从苏宁易购市场部获悉,春节促销活动是继元旦之后最强劲的促销热潮,投放的商品更是囊括了数码、家电、电脑、OA 办公、百货以及图书等多种商品。无论是商品品种还是投入数量,都是前所未有的。而苏宁易购针对朋友、长辈、孩童和自己四类赠礼对象设置的礼品专区,更是满足了消费者春节前互赠礼品的消费需求,使得春节送礼送祝福的氛围更加的浓郁。除此之外,苏宁易购还推出了“500 万新年红包来就送”、“易付宝充值送红包”、“年货团团购 省钱更省心”、“3D 新时代 装备全攻略”和“年度奥斯卡——热销集惠,精选推荐”等特惠专区。由此可见,在新年大促的“争夺战”中,苏宁易购可谓倾力准备,给消费者呈上一份新春好礼。

据苏宁易购市场部介绍,此次促销活动产品种类十分丰富,随意点击几个产品,日本原装自动机械机芯依波表豪华机械系列男款直降 2700 元,MEEGO 操作系统封山之作诺基亚手机 N9 购买返券 300 元。让利降价幅度前所未有。

除了丰富的价格直降商品外,苏宁易购更是打出了异地购物,送货到家,全场免运费的口号。苏宁易购相关负责人表示。相对于多数电商节日促销物流短板问题,苏宁易购拥有的“先天物流优势”得天独厚,从自身强大的物流配送体系来说,苏宁易购先天基础明显,再加上春节期间购物送货不打烊的承诺,无不是给广大的消费者吃了一颗“定心丸”。

(凤凰网)



玉柴润滑油公司举行经销商理事会扩大会议

1 月 5 日,玉柴润滑油公司在星城长沙举行经销商理事会扩大会议暨经销商代表座谈会,总结经验畅谈未来。玉柴集团公司董事局主席晏平参加了座谈会,并和经销商们坦诚交流,给予了他们极大的信心和鼓励。

在会议上,润滑油公司董事长谢裕强首先向理事会通报喜讯:经过润滑油公司全体经销商的努力,润滑油公司克服 2011 年市场的不利困境,用不满一年的时间顺利完成全年经营

目标 30.5 亿元的销售收入,预算目标也全面完成,在玉柴集团子公司中排位第四。大会还选举了新一届理事会成员。理事长刘海川代表理事会作了 2011 年理事会工作报告。报告中指出,2011 年理事会成员单位在玉柴的大力支持下,润滑油销量占玉柴润滑油公司销售总量的 70%左右,成为了玉柴润滑油销售系统的核心力量。今年将继续争取保持良好态势,并带动全体经销商全力完成润滑油公司下

达的销售任务。

在经销商代表座谈会上,晏平鼓励经销商们畅所欲言,并对部分问题当场作出答复和表态。经销商们普遍认为玉柴润滑油的知名度在行业内较高,在很多区域比一些国外的品牌还受欢迎,同时经销商们也就润滑油公司目前在销售市场秩序、产品品种、供货、运输渠道等方面提出了存在的问题。

晏平高度肯定了润滑油公司

2011 年的销售业绩。晏平表示,润滑油公司是玉柴集团中发展势头较好的子公司之一,2011 年克服行业困境完成任务表现出色,令人欣喜。这其中既有润滑油公司经营班子的努力,也和所有经销商服务站的辛劳付出分不开。玉柴不会忘记忠诚于玉柴、与玉柴共同成长的合作伙件,希望理事会能继续发挥自身优势,带动整个经销体系,再创佳绩。

(朱小洁)

新春营销,耀点 100“耀”好礼!

一到节假日,多彩多样的促销活动无疑是最引人眼球的一件事,更不要说春节这样传统的节庆了。自从 2012 新年元旦一过,龙年春节促销便轰轰烈烈地开始了,传统百货、网络电商巨头,各行各业纷纷推出大力度的优惠活动,贺岁新春忙献礼,打折降价、买赠送礼、返券、赠积分等活动此起彼伏,络绎不绝。

汇集上千品牌,万种商品的大型网络电商平台如淘宝、耀点 100、京东、苏宁易购等更是消费者一站式购物的最佳选择。麦包包开展新年红包大派送,京东则是扛起年货集采大旗,淘宝更是挟双十二与圣诞活动之余威鼓劲岁末大促销,耀点 100 则针对新年购物族推出了多种优惠套餐如新春新品上市、买一送一、2 元抢购、限时抄底价秒杀、国外大牌 5 折封顶等多种形式的大力度优惠活动。其实作为商家而言,想要在如此扎堆的促销活动中脱颖而出,不仅要做到真正让利消费者,要有实实在在的优惠产品,还需要更好的活动形式和创意,这样才能让消费者在促销洪流中,一眼瞄到你。

开展新颖而又实惠的活动一直



是耀点 100 的拿手好戏,换句话说,在如此短的时间内,耀点 100 成长为中国电子商务 B2C 最佳百货类企业,成为当下中国时尚类百货电商的标杆,与耀点 100 成功开展消费者喜爱的促销活动是分不开的,如 2011 年 2 月,与百度联手“搜红包”活动,仅单日销售突破 8000 单,吸引数十万人参与;“11.11”光棍节 5 折狂欢;“双十二”全民疯抢活动,真情实意真优惠,受到了众多新老客户的一致好评。

耀点 100 认为,搞活动就要做

好,否则不如不做。好的促销活动不仅能够带来好生意,更能提升品牌形象,获得客户的忠实好感。然而时下促销活动,有些商家是为促销而促销,为了表现出优惠的幅度大,有的甚至是采取了虚假促销来欺骗消费者,比如说以次充好、事先挂高价、提高折扣点等。这种方式在传统百货中屡见不鲜。从短期来看,这样的行为可能短期能带来一定的效果,但从长期来说只会加剧客户的流失,背离了一个企业的社会责任感。

在此次的龙年新春献礼活动,耀点 100 秉承“品正、质优、价廉”的一贯原则,延续以往新颖而又实惠的活动思路,旨在节前给所有支持耀点 100 的客户带来更多的回馈和惊喜。从 1 月 4 日开始,耀点 100 团队每天挑选 6 件不同产品,涵盖家居、家纺、服饰、家电等十大热门品类实用单品,玩转最具时尚前沿的整点限时秒杀活动,天天享受震撼抄底价。同时专门给时尚达人推出意大利高档女装品牌 ZIMMUR,5 折封顶,体会高贵不贵的品位生活格调。针对过年送长辈的乖巧儿女,耀点 100 精心准备了健康类礼品如自动血压仪、足浴器等,全场 7 折起,送礼送健康。而对新年犒赏的潮女族,50 款秋冬大衣,全部 5 折起,款款另送实用美观的格纹包,也为新年潮男族奉献最低仅需 68 元的新款冬装。据耀点 100 官方报道,在此次活动中,YD100 新品上市的男抓毛全开襟外套仅 299 元,时尚雪地靴统一价 79 元,三防霸气夹克仅 179 元,餐厨品 2 元起抢购,家纺、鞋类如阿迪达斯、耐克等均震撼价销售。

(中国经济网)

年货市场持续升温 蒙牛掀起促销风暴

□ 张戎

龙年春节将至,迎来销售高峰期。记者走访各大超市及卖场发现,包括瓜果零食在内的各种食品开始旺销,而其中又尤以乳制品最受消费者欢迎。而前段时间受到负面事件干扰的蒙牛,也逐步恢复了正常销售,并在年货市场掀起首轮全国促销风暴。

“消费者无论是送礼还是购置自家年货,都讲究吃健康,今年的牛奶销售也一样很火爆。”正在上货的一名超市工作人员说,加上牛奶也是应景的冬季进补的佳品,目前超市每隔几天就必须补一次货。记者在蒙牛销售专区看到,蒙牛多个产品均在促销,除了单品之外,整箱购买更有优惠,降价力度由几毛到几块不等,不少顾客正在向蒙牛促销员咨询优惠详情。

“现在牛奶在集体涨价,蒙牛促销幅度相对较大,对我们老百姓来说比较合适。”刚买了两大盒蒙牛酸奶的刘先生说,“有买有赠,价格还比过去便宜,我觉得很划算。”蒙牛促销员说,近几日纯牛奶的销售已恢复正常,加上价格上的优惠,客流也在逐日加大。据了解,蒙牛的全国促销活动还会持续一段时间。

超市经理介绍,除了消费者选购之外,还有不少来自单位的团体订单,将其作为员工的福利发放,而蒙牛旗下新养道等明星单品,更是牛奶中的“高档品”,在送礼市场上尤为走俏,“现在生活条件好了,顾客们都选择吃更好的,愿意为品质买单”。

除了高端奶受追捧外,儿童牛奶也成为妈妈们送给孩子的新年礼物首选。“儿子新年的愿望是快快长大,我觉得还是送牛奶最好,他平时就最喜欢喝未来星”,正在往购物车里放未来星儿童成长牛奶的李女士说。而优益 c 等功能化牛奶,特别适合对付“节日综合症”,也成为蒙牛节前销售榜上的新贵。

营养专家指出,如今“喝健康”已成为国人菜篮子的必备,今年以健康为主题的“牛奶礼包”、“维生素礼包”等备受青睐,正是国人健康消费观念日益成熟的表现。“现在是食品安全的最敏感时期,国家的眼睛也盯得最紧,消费者喝到的应该是最放心的牛奶。”来自食品安全领域的专家表示。

