

中国十大文化名酒

中国唯一满族传统酿酒工艺(同基金奖励)

道光廿五

辽宁道光廿五集团满族酿酒有限责任公司

诚招地市级以上区域营销专员

网址: WWW.daoguang.com.cn 销售热线: 0416-3883835

微电影走红贺岁档

渐成营销新阵地

小施是个影迷,以往春节,她都喜欢和朋友一起去电影院看贺岁档的电影,但今年,她除了去电影院看电影,还迷上了网络上的“微电影”,“没想到现在微电影已经这么多了,我昨天一口气看了二十几部。”

自从 2010 年底优酷制作的《老男孩》爆红网络之后,微电影这一概念就开始受到网友追捧,事实上,对微电影感兴趣的却不仅仅是网友,还有各大视频网站和大量的广告主。业内估计,到 2014 年,这将是一盘收入在 700 亿元左右的大生意。

微电影也玩“贺岁档”

“贺岁档”一向是电影界的必争之地,但今年春节,兴起不过一年多时间的微电影也玩起了“贺岁档”的概念。在央视网络春晚中,共有三部《微电影》加入了贺岁大军,其中,《早十年的童话》和《妈妈的来信》分别由黄晓明和黄奕担当主演,另一部《午餐》则由一位 9 岁的小女孩出演,均获得了不错的反响。东方卫视的春晚同样引入了几部微电影,其中有一部更是请到了姚明来主演,名字就叫《姚明上菜》。

而在网络上流传的贺岁微电影更多,其中不少以春节、回家、春运为主要内容的微电影都迅速走红网络。比如筷子兄弟的《父亲》日均点击达到百万,纪实风格的《春节,回家!》一周内点击播放次数就突破千万,由风行网投资拍摄的《票 2012》目前也正在各大视频网站热播。这不禁让业内惊呼,“微电影时代”已经到来。

更高级的广告

目前,为微电影发展提供资金支持的主要是大批的广告主。根据艺恩咨询的分析,目前微电影产业链主要有三种模式,一种是草根用户原创;第二种是由视频网站等专业团队创作,在其中植入广告;第三种则是直接由广告主定制,教给专业影视团队来打造。

而目前走红网络的微电影更多的是后两种模式。比如由古天乐等主演的《把乐带回家》是百事集团投拍的,《春节,回家!》由金六福出品,

碧浪:“洗”事制造者



□ 朱耘

2011 年,碧浪选择了小 S 作为其形象代言人,而她在公众前的形象是说话犀利、新潮、火辣。营销专家杜子建一直强调,企业微博的建设,要有自己的个性与灵魂。“小 S 的形象深入人心。经过对微博环境的研究,我们定下来现有的时尚、火辣的语言风格。我们希望跟粉丝聊天互动的时候,粉丝会感觉像是上了《康熙来了》正在跟小 S 互动一样轻松有趣。”碧浪官微负责人说。

“受不了了。@碧浪这个官微实在太贫了。连‘热闹是我们的,而威·先生什么都没有’这种话都说出来了。搞得人家立刻想抛弃奥妙好嘛。”2011 年 12 月 15 日 14:17 分,《东方壹周》the week 编辑总监庄雅婷发出了这样一则微博,立即引

姜文执导的《看球记》是与佳能合作,合润影视制作的《相约山楂树》是与湖北宜昌市旅游部门合作的,还有两部时长仅 90 秒的微电影——《一触即发》和《66 号公路》更是被网友称为凯迪拉克的高级广告。

相比于传统的影视作品,观众对微电影中的植入广告包容度显然更大,某视频网站的负责人表示,这些微电影大多在微博、视频网站等新媒体上传播,即使发现是个广告片,但观众没有掏钱观看,抵触情绪也就小了很多,而且有观众对于极富故事感、创意感的广告,本身也有很大兴趣。

2012 微电影将迎来井喷

从目前各大视频网站和影视公司公布的微电影投资来看,微电影在今年正进入井喷期。奇艺视频斥资亿元打造了名为“城市印象系列”的 8 部微电影,目前正在制作和上映中;腾讯继去年出品快女《敢不敢》系列微电影之后,今年将联合中影集团推出 9 分钟原创电影大赛,由湖南广电与盛大网络共同出资成立的华影盛世更是直接押宝微电影,计划 3 年内拍摄 200 部微电影。业内人士表示,对于广告主而言,微电影广泛的传播力和较为巧妙、软性的宣传方式都很具吸引力,而且,在限娱令生效后,电视台、网络广告的费用都在上升,而微电影的制作费用不高,且可以在免费传播平台上播放,因此投入产出比颇高。

同时,各大网站如今正面临着影视剧版权费用飙升的现实,因此他们也不得不走上自制剧的道路,因为这在扩充自身内容库的同时可以替代版权购买,降低成本,并且为自己的广告客户提供一些打包服务,打造出新的盈利增长点。

虽然随着微电影产业的壮大,相关内容管制政策、用户审美疲劳、人才稀缺等风险也可能会出现,但当下,各方对于微电影的前景,尤其是商业价值仍然是一致看好。据艺恩咨询测算,至 2014 年微电影总收入可能逾 700 亿元,较 2010 年可能增长 13 倍。

(徐婷)

营销有道 | Yingxiao Youdao

“小众”百货 抢当自营先锋

实现品牌差异经营模式的实验田

本土百货近两年提出的“自营”、“买手”、“差异化”的经营理念被来自香港的同行首先在北京市场践行。定位年轻“小众”客群的香港 NOVO 开出了其在京的首家独立百货店。NOVO 放弃了一贯擅长的“店中店”模式,并以较高比例的自营品牌、买手制、差异化品牌等创新模式成为百货业的试验田。

NOVO 百货位于望京商圈,经营面积约 3 万平方米,约有 150 个品牌。NOVO 百货北京店是 NOVO 集团继重庆店后在内地市场布局的第二家百货商场。而 NOVO 位于上海、深圳等地的店铺,大多采取“店中店”形式。

“北京店的回报周期可能会很长,目前仍处于学习、摸索阶段。”NOVO 百货方面承认,跳出了擅长的“店中店”模式,独立运营百货店,对于 NOVO 是一次挑战。

模拟自营

由于联营扣点模式盛行,整个北京百货业长期被同质化的氛围笼罩。这一现状导致价格战愈演愈烈,企业的利润空间被进一步压缩。业界重回自营的呼吁不绝于耳,但截至目前,国内尚没有企业大幅迈出自营脚步。

北京 NOVO 百货内,虽然多数商户仍以扣点模式与商场合作,但与传统百货店不同,该商场 10%的品牌都隶属于母公司 NOVO 集团,属于商场自营。统观当前国内百货业,由于服装、鞋类等商品的流行趋势易把控,买货进行销售的风险很大,几乎没有百货店在该品类开展自营。

事实上,NOVO 百货不少品牌的自营痕迹明显。据北京 NOVO 百货的



一位高层介绍,为了突出差异化,“NOVO PLUS”的不少商品都是 NOVO 集团利用“买手”买断款式,只在 NOVO 店铺销售。

充当行业试验田

NOVO 百货主打三大品类商品、定位 20-35 岁的“小众”客群,并通过变相自营、买手制等营销模式将数十



个品牌首次引入京城,结束这些品牌的消费者只能通过代购等实现购买的历史。

实际上,近年来为了寻求新的利润增长点,王府井、新世界等大型商业企业纷纷开始在细分市场方面做文章。

业内人士认为,NOVO 百货未来运营的成功与否尚难预测,但却很可能成为意欲向自营转型的百货企业的

试金石。如果该商业模式被证明能在市场站稳脚跟,或许会促使北京商业翻开新的一页。

北京财贸学院院长王成荣认为,同类商场、品牌的不断叠加,并非商业繁荣的标志。北京在建设国际商贸中心的进程中,需要店铺、品牌和业态的丰富多彩,使北京市场的商业生态更加多样化。

(本报商报)

吴华鸿鹤 又一管理成果获国家级奖励

□ 本报记者 何沙洲

通讯员 吴玲 文迪佳

日前,全国企业管理现代化创新成果审定委员会发出通知,公布了第十八届国家级企业管理现代化创新成果名单,吴华鸿鹤公司董事长、总经理谢学端主创的管理成果《小型矿山企业与农

村合作互利的和谐发展管理》获二等奖,这是公司 2009 年获奖后又一次获得国家级管理成果奖项,也是中国化工集团系统内唯一获奖的企业。吴华鸿鹤公司的《建立健全企业标准体系的决策与实施》和《化工企业内部审计转型管理》还分获 2011 年度四川省企业管理创新成果一等奖和二等奖。

《小型矿山企业与农村合作互利的和谐发展管理》详细论述了该公司全面引入世界级制造、精益六西格玛、持续改进等先进理念、方法和工具,结合公司发展实际,独创了万桥公司与驻地农村和谐发展、互惠互利的管理模式,实现了村企和谐共赢、共同发展的良好局面。

长期以来,吴华鸿鹤公司高度重视管理创新工作,积极探索化工企业生产经营、改革发展管理创新的内容和方法,并结合中国化工集团和吴华总公司要求,努力实现创新的管理向生产力和效益的转化,取得了显著的管理效益,为公司实现减债减负、扭亏增盈目标做出了积极贡献。

阿里集团成立公益基金会

马云出任一号志愿者

为规范发展公益事业,阿里巴巴集团日前宣布,其联合旗下子公司成立的“阿里巴巴公益基金会”现已通过国家民政部批准审核,由民政部直接主管。阿里巴巴集团董事局主席马云为该基金会的第一号志愿者,将义不容辞地担当模范和带头作用。

“阿里巴巴要打造‘诚信、透明、责任、分享’的新商业文明,以保护环境为己任,不仅自觉控制对环境的污染,而且要通过其电子商务平台推动整个社会环保意识的提高。”马云表示。

在他的带领下,阿里巴巴集团在公益事业上不遗余力,主动承担自己应有的社会责任:截至目前,阿里巴巴集团已为中国红十字会、中国残疾人福利基金会、中国扶贫基金会、赢公益基金会等公益机构捐赠超过 8000 万元人民币善款。基于淘宝网、支付宝平台,为公益机构网络募捐超过 6000 万元。

下月起邀员工评审公益项目

“基金会成立最重要目的是营造公益氛围,唤醒员工和公众的环境保护意识。”阿里巴巴公益基金会秘书长金媛影表示,基金会将于 2 月率先在阿里巴巴集团员工内部推举出 10 名公益项目评审委员会成员,一方面让员工直接参与到公益项目的评估和决策,另一方面也提升了全体员工的公益意识。

得知基金会成立的消息,阿里巴巴集团内网上员工反应热烈,纷纷跟贴留言:“一直关注公益,通过公益可以帮助这些人,可以改变很多人的命运,支持!



马云在青川县关注小学教育

也希望有机会能够加入。”“滴水成河,相信我们的力量能够不断汇聚,不断帮助真正需要帮助的人!”……

公益中的“阿里模式”

截至今年 1 月底,我国基金会总数达 2579 家,其中公募基金会 1216 家,非公募基金会 1363 家。作为民间组织,以阿里巴巴公益基金会为代表的非公募基金会了解具体的社会问题和受助群体需求方面比政府类基金更具优势,可以直接瞄准政府公共服务的“空白处”或者“薄弱点”发力,更加快捷、直接地作用于受助群体。

金媛影表示,阿里巴巴将公益与企业本身的商业模式相结合,让公益项目保持了持续、健康的发展,形成了公益领域独具一格的“阿里模式”。

据介绍,在援助青川地震灾区的重建过程中,阿里巴巴集团通过帮助青川本地年轻人开设 50 多家网店,以

销售蜂蜜、木耳、香菇等农副产品发展生计,2011 年仅在线销售便超过 500 万元,帮助 400 多户农民增收,促进灾区经济可持续发展。

此外,淘宝网发起的“魔豆宝宝爱心工程”,也是一项通过自身商业模式

帮助自强不息的困难母亲改变命运的再就业工程,目前已有 515 名困难母亲受助(每人 1 万元启动资金、一台电脑和持续的开店辅导),先后有 1000 名困难母亲受到过创业培训。

在关注环保方面,阿里巴巴集团在 2011 年启动了浙江省“清源行动”水环境保护项目。该项目由浙江省环保厅、阿里巴巴集团、绿眼睛环境组织联合发起,旨在搭建一个可供民间力量参与水环境保护工作的省级项目平台,帮助并推动地方民间机构协助环境保护部门开展水环境保护工作。截至 2012 年 1 月,已有台州市环保志愿者协会、衢州市开化县钱江源单车协会、金华市绿色之友、温州市环保志愿者服务总队等近 20 个民间环保队伍、5000 多名热心志愿者加入,现已发展成为华东地区最大的民间环保网络联盟。据悉,这一模式正在复制到其他省市和地区。

(本报记者)

链接

阿里巴巴集团公益基金会 环境保护为主方向

据阿里巴巴公益基金会的章程显示,基金会以当下棘手的环境保护为主公益方向,初始基金 5000 万元,今后发展的资金,主要来源于集团及其旗下公司的捐赠,公益范畴包括自然灾害救助、扶贫助残、帮助受助群体提高能力以改善生活条件,并将重点开展环境保护宣传,支持环保类公益性组织的发展。

与其他非公募基金会不同的是,阿里巴巴公益基金会主要以环境保

护作为公益方向,将企业平台模式及资源融入到公益领域,让公益项目得以保持持续、健康发展,通过电子商务生态体系帮助了全球中小企业和创业者得到生存和发展,不仅授之与鱼更是授之以渔。

2010 年 5 月,阿里巴巴集团宣布从 2010 年起将集团年收入的 0.3%拨作公益基金,主要用于环境保护,是国内互联网企业首家环境保护基金。