

好乐买牵手《我愿意》 创意领衔电商营销战

当今电商行业竞争已趋于白热化，品牌营销的重要性已远远超出其产品营销与价格营销。此前，在各大电商抢滩情人节营销战中，中国最大的正品鞋购物网站好乐买以倾情赞助《我愿意》专场观影会大放异彩。而好乐买情人节活动的成功，标志着电商主战场开始转战品牌营销，同时也使得业界对好乐买的品牌充满了希望。

“好乐买一直以来都用超常规的方式与消费者建立‘惊喜’般的联系，我们也愿意通过提供这种平台，迎合用户需求的同时与用户进行深层互动。我们希望能够带给用户的不仅仅是‘正品’、‘价优’这种常规的电商服务，而是希望能带给用户不一样的惊喜和体验。”好乐买 CEO 李树斌在谈到好乐买的品牌营销策略时表示。

“我愿意”专场观影会大放异彩

情人节，作为商家必争的营销事件，几乎所有的商家都会借此吸引用户的注意。作为中国最大正品鞋购物网站的好乐买也不例外，借机推出“好乐买我愿意专场观影会”，将营销阵地释放到情侣们喜欢的电影院，演绎商家与用户之间的“爱情”！



在观影会现场，好乐买一系列的“惊喜”和“互动”环节，给人们留下了深刻的印象，同时也使好乐买为用户展现出来不一样的“风采”。

回顾整个活动，自好乐买发出情人节观影会“爱的告白”消息的短短 3 天内，在好乐买官方微博上就有将近 4000 人的积极参与。而在活动现场，好乐买更是设置了“天使”降临、赠送甜蜜礼品、情侣互动的环节，引发了参与者的积极响应。在活动后期，好乐买在微博上举办的“好乐买我愿意”活动，更是让众多的情侣晒出了观影会的幸福瞬间。有数据显示，好乐买此

链接：

电商全新营销策略呼之欲出

其实从去年开始，“电商寒冬”论的观点就充斥耳边，但电商之间的“价格大战”却持续了整整一年，许多电商企业都在“苦熬”。好乐买颠覆性的营销策略，一改电商以价格为主导的模式，做情感营销，无疑触动了电商行业的最敏感的神经，也为电商新的营销策略指引了新的方向。

电商新时代的营销方式逐渐成为业界关注的焦点，能够敏锐地发现环境变化，并且根据变化不断地探索，才能让企业获得更快的发展。“电商的营销策略正在慢慢改变，现在已经有好多电商公司开始提前谋求品牌建设。”不少业内人士表示，在行业乱战中，如何能够通过创意进行情感营销，吸引

坚持情感营销“惊喜”还将继续

“从去年‘全城抢 GO’到现在情人节观影会，好乐买一直提倡贴近用户，与用户进行情感交流。我们深知好乐买的品牌内涵更多的是需要通过与用户的互动体验来表达，所以我们接下来会继续坚持品牌营销，按年初既定的节奏推进。当今用户关注的焦点已经不仅仅是价格，服务和品牌感受对于用户同样重要。所以好乐买始终

(中国日报网)

关注消费者感受，在做足产品和服务的同时，注重品牌建设和用户体验提升。”李树斌表示。

在好乐买情人节专场观影会活动中，好乐买品牌负责人也表示，“我们乐于为用户去搭建一个平台，这个平台不仅仅是产品的销售，更多是之间的相互沟通与共鸣。为消费者想得更多，就会走得更快。情人节活动只是我们今年品牌活动的一个开始，我们今后还将会为用户制造出更多的‘惊喜’。”

(中国日报网)

里外商城：购物体验为时尚家居升级

营造如时尚剧般的爱巢不再难事。近日老牌家居网美讯在线推出一个至 IN 至潮的宅购平台里外商城 inoutmall，都市白领又有了

一处赏心悦目的时尚购物平台。

里外创始人兼 CEO 廖元称：“里外倡导的是一种现代生活方式，主要面向都市精英阶层。在我们的网购目录里，既有奢品和泛奢品，也有都市白领热捧的精致家居生活用品，潮味十足且折扣诱人。时尚达人无需东奔西跑，即可轻松买到符合他们品位的家居尚品。”

近年来，尽管 Amazon、Ebay 等巨头放射出耀眼的光芒，但也涌现出一批璀璨的新星。海外时尚家居网站 made、wayfair、etsy 等异

军突起，他们以独特、精细化的运营赢得了市场。据悉，wayfair 年销售额已突破 5 亿美元，其用户主要为 70、80 后这一时尚群体。

里外商城采购部负责人说：“里外拥有得天独厚的商品资源，已经与欧美及港台的家居名品生产商、零售商以及特卖代理商建立了长期稳固的合作关系。公司位于深圳，与香港毗邻，地处亚洲最大的时尚消费和制造圈，且全球最大的广佛家具基地也近在咫尺，这些都给我们在商品的甄选、采购和物流配送方面带来很大的优势。2012 年我们将有来自海内外的数百个品种、逾千款商品上架。”

(天极网)

好孩子网上销售“大跃进” 2015 年欲达 30 亿元

好孩子集团董事长宋郑还日前表示，好孩子网上销售目前年销售额已超过 6000 万元，到 2015 年，争取销售额超过 30 亿元。

好孩子的主要业务是出口婴儿手推车，其在香港上市的好孩子国际 2011 年半年报显示，当期该公司实现销售额 1971 亿港元，婴儿手推车及配件业务占全部销售额的 51.5%，但是欧洲和北美市场不景气对其业绩有一定影响，2011 年上半年，好孩子北美市场销售额同比减少 68%，欧洲市场销售额同比仅增长 56%，中国市场则大幅增长 20.5%。

除了经营自主品牌“好孩子”手推车等产品外，作为开发中国市场战略的一部分，好孩子将加大与耐克等公司的合作，将耐克童装等其他品牌的产品在好孩子的网上

平台进行销售。好孩子已经与耐克在上海签订了电子商务合作协议，全权负责耐克童装在中国的网络销售。此前，好孩子与耐克在线下合作约有 10 年时间，帮助耐克童装在中国设立了 900 多家门店，年终端营业额约 8 个亿。

业内人士表示，童装网上销售仍然有爆发性成长的机会，童装品牌“绿盒子”2010 年销售额只有 8000 万元左右，2011 年已暴增至接近 3 亿元，增长近 3 倍。

宋郑还提出，虽然网络销售启动还只有一年多的时间，但增长非常快。他说，与网下实体店 30% 左右的增长相比，网上销售成倍增长，要比线下快得多。到 2015 年好孩子（中国）希望实现年收入 100 个亿的目标。

(第一财经日报)

房企营销多元化 电商模式突出重围

当传统房产营销模式遭遇瓶颈，全新营销模式正浮出水面。日前，新世界通过刚刚上线新浪二手房电商平台成功卖出首套房源，至此，武汉房地产营销打破传统，联动经纪真正实现全城营销创新模式。业内人士表示，以网络为平台的售房营销，或将成为主流。

对于开发商来说，弱市之下强营销是必然的选择。因此，营销模式的改变是开发商应对弱市环境的一个重点。当然，这仅仅是开发商在战术层面解决问题的办法，除此以外，他们还需要在资本运作、土地运作等战略层面上布好局，在前期定位、产品设计上更加具有市场前瞻性，最后再通过营销

模式的改进把房子卖出去。

2 月 14 日，新浪二手房 EJU 电商正式上线。武汉八大经纪公司 EJU 电商全面合作互动，全城经纪人登陆 EJU 电商平台，和入驻 EJU 电商平台的新房实现二手联动。据了解，此次是率先卖出的房源为新世界恒大华府，买主通过满堂红中介成交一套 90 平米左右的两房。事实上，自 2011 年 EJU 电商平台开放以来，新世界、万科、恒大等大型房企先后入驻，进行网上卖房。此前，上海等一线城市也实现了 EJU 电商平台二手房联动，效果显著。

面对市场重压，二手房联动已

成为普遍策略。目前武汉房产中介已经与金地、广电、新世界、万达等多家项目建立了代理关系。据了解，顺驰在外省的一二手房联动，成绩最好时联动卖房占了新房销量的 30%。

相关人士也认为，二手房联动是在调控和融资渠道收紧压力下的一种举动，是房地产行业面对限购、限贷、利率增加等情况下的一种正常反应，也是市场竞争者为了同一利益进行的一种结盟。反映出了当前低迷的市场和激烈的竞争格局。

顺驰不动产总经理熊阳也表示，对于房地产市场销售而言，以后一定是定点地以跟客户一对一的精准对接

模式卖房。这对武汉的住房销售来说也是一种变革。在他看来，二手房联动卖房，无论是开发企业和二手房中介，都有各自的利益点在，这需要第三方将此进行整合，而 EJU 电商正好出现。

与此同时，以网络为平台的售房营销，在不少业内人士看来，已成时髦或曰趋势。“用不了几年，你的房子如果不上网就没人要。”SOHO 中国董事长潘石屹不久前画下蓝图。

“以淘宝为样本，所有的交易都在网上进行。这是房地产电子商务平台发展的终极梦想。”业内人士认为，电商营销或将成为主流。

(新浪乐居)

聂耳故乡,红塔山沃土 深圳凯凯电子商务有限公司玉溪分公司隆重开业

商投资基金会主席李农合，中国医师协会科技促进委员会专家组成员，云南维和控股有限公司“四季维和”原创研发者尹安东，北京科技大学教授杜文哲，以及昆明市杭州商会、云南华坤文化传播有限公司、云南联俊经贸有限公司、云南三益文化国防基金会、富民宏宇实业有限公司、昆明辉盛商业地产公司、云南梦媛贵族国际美容顾问管理有限公司、昆明华莹商贸有限公司、广东伊江春生物科技有限公司云南分公司、昆明展华进出口贸易有限公司、昆明梧海装饰工程有限公司、四川成都市九道酒类商贸有限公司、云南保山瑞瑞珠宝等商界主要负责，深圳市凯凯电子商务有限公司资深代理商、高级代理商以及六

同见证了这一辉煌的时刻。

伴随着激情昂扬的音乐“非洲时刻”，嘉宾与领导们纷纷在会场前排就座。出席本次庆典活动的主要来宾有玉溪市政协副主席、玉溪工商联会合主席、玉溪市商会会长郭开堂，世界华人工商促进总会会长、世界华

□ 本报记者 魏新梅

2012 年 2 月 17 日上午，深圳市凯凯电子商务有限公司玉溪分公司正式成立，开业庆典在玉溪市最富盛名的聂耳音乐广场旁举行，400 多名来自全国各地的政商名人齐聚一堂，共

和商学院副院长罗青磊、城市分公司经理史斐，还有汕头分公司、在滇各分公司总经理、董事等到会祝贺。同时，滇外的其他分公司负责人、六合商学院院长杨成平也纷纷发来了贺信祝贺。当地主要媒体玉溪电视台、玉溪日报的记者也都到现场作了报道。

云南同侬商务有限公司总经理、深圳市凯凯电子商务有限公司玉溪分公司负责人陈惠可发表了热情洋溢的致辞。她表示：本公司将致力于玉溪当地信息化建设的推动和发展，着力打造电子商务示范城市，全心全意为玉溪经济社会发展服务、全心全意地为当地企业服务、全心全意为玉溪人民群众服务，将服务的触角渗透进各行各业，把热情和真心带给千家万户。

户。

深圳市凯凯电子商务有限公司城市分公司经理史斐代表公司董事长张伟对现场来宾表示了欢迎，随后她向来宾们介绍了凯凯电子商务有限公司所研发的网购所具备的一些增值服务，以及公司 2012 的上市发展目标。公司未来将要让全国的老百姓都体会到电子商务的变革，体会到给城市带来的翻天覆地的变化。最后她还着重介绍今后的网购机将具备 WIFI 功能，给广大民众带来免费上网的福利。

世界华人工商促进总会会长、世界华商投资基金会主席李农合在会上致辞，这位在世界商界颇具影响力的领袖给大家带来了一场风趣而又意味深长的演讲。他表示凯凯电子商务有

限公司在玉溪市安家落户，将会带来一种创新性的商务运作模式，并且一定会前途无量，最后他希望能快乐、诚信地成就一个辉煌的未来。

下午，深圳凯凯电子商务有限公司六合商学院的副院长罗青磊向大家分享了公司独特的文化，李农合主席分析了国内外的经济形势，介绍了我国企业如何打造世界级品牌，中小企业如何发展、如何走出困境，在台上台下互动交流、一阵阵热烈的掌声和意犹未尽中结束了精彩的演讲。

在开业庆典活动当天，还举行了现场招商会，投资者共购买网购机 82 台，又一次创造了分公司开业成交的新纪录。