

锡柴高端动力热销津冀

在今年市场持续低迷的情况下,一汽锡柴人全力推进“十二五”重点战略,加快结构调整的步伐,使发展孕育出无限的潜力——在重型车、非道路机械、出口、天然气产品等多个领域集中发力,均取得了市场份额不跌反增的趋势。截至目前,代表竞争力水平的市场份额增长了 0.8 个百分点,奥威系列产品更是以强势品牌呈现出独特优势。仅在河北区域配套解放商用车的奥威机型销量就达 1.3 万余台。

“锡柴发动机凭借着强大的自主研发技术以及低油耗等优势,为用户真正创造运营效益标,这是锡柴机在河北市场逆风飞扬的重要元素。”锡柴驻津冀地区的经理袁维军喜悦之情溢于言表,“河北地区是华北地区重要的商用车市场,对载货车需求量较大,虽然今年市场形势并不乐观,但匹配锡柴奥威机的解放 J6 车在津冀地区份额提升较快,许多汽贸公司已连续 5 年维持在 90%以上。”据统计,1 至 11 月,匹配奥威发动机的解放 J6 车在沧州中鑫汽贸就销了 1700 余辆、河北晨阳汽贸销了 1400 余辆、河北骏驰汽贸销了 1220 余辆、河北众凯汽贸销了 1220 余辆、邢台正洋汽贸销了 800 余辆、石家庄正洋汽贸销了 1300 余辆……

“锡柴产品省油、动力足、可靠性强等优越性明显强于同类其他产品,加上体贴周到售后服务支撑,所以我们更愿意推荐锡柴发动机。”石家庄正洋汽贸张晓生总经理说,在河北,锡柴奥威发动机有非常响亮的口碑,这是因为解放 J6 车上市 5 年,锡柴奥威动力与服务品质和得到了河北广大用户的普遍认可,汽贸公司也一如既往地成为了锡柴动力的解放 J6 的铁杆经销商。

“以锡柴奥威发动机为主的高端动力性能好,即使在坡度很大的矿山路段行驶,动力依然强劲。”盘古择居之地的河北沧州青县,是全国最强最大的输油气钢管制造基地,拥有环京津地区最大的针织毛衫生产加工基地、我国北方最大的电子机箱配套加工基地,对于物流运输车辆的需求与日俱增,许多运输车队保有量均有 95%以上为解放 J6 锡柴动力车。他们觉得锡柴动力省油,马力强劲,节油效果明显,运输经济效益显著。今年在批量采购卡车时,他们又把目光牢牢锁定高品质的解放 J6 锡柴动力。1 至 11 月,青县信程车队毫不犹豫地添置了 150 余辆配套奥威发动机的解放 J6 车;青县亨泰车队今年购进的 130 余辆解放 J6 车,全部匹配了奥威发动机;青县顺祥车队新购的 100 余辆解放 J6 车,也全部匹配奥威发动机;青县博兴车队添置的 130 余辆解放 J6 车,同样全部匹配锡柴奥威发动机……沧州青县许多锡柴用户说,“锡柴奥威机确实省油,每百公里能省 3-4 升油,其精忠服务的六项服务承诺更让人放心。”

“孕育、生根、发芽、开花、结果”。2012 年,锡柴知危善为稳增长,高端动力不仅赢得了市场,更赢得了口碑。这充分说明了,锡柴在市场变化面前仍保持着强劲的竞争实力。

(陈燕)

生活里难分的朋友——海尔

新婚的家,要添置各种电器,当然电视机更是很必要的。下班后我和家人来到商场,为了在喜庆的日子有一个舒心的开端,在商场里,我们刻意在口碑很好的海尔电视机系列产品中选取了一款精美并且性价比很高的海尔电视机。

当我们定下精心选取的电视机后不久,我们就接到了海尔售后的安装电话,我们立刻就感到海尔的细腻和周到,是那么让消费者舒心和放心。当时我有事,没有时间让他们前来安装,为了尽快地使用电视机,不耽误他们的工作,我和他们约定好了电话联系。两天后我回到家里就立即打电话叫师傅前来安装,在很短的时间里。他们就按时赶来了。他们进门时不仅拿出随身携带的鞋套,仔细地套在鞋上,小心翼翼地抬起电视机,还有一丝不苟地精确地测量着安装位置。师傅在精心细致安装电视机的同时,不仅细致地给我们讲解了电视机的保养和使用,还为我家里其他的电器作了一一的检测,并且收拾干净安装遗留下的废物。如此的用心,让我感到,使用海尔产品就是与真诚的朋友在沟通。面对海尔完美的一样,我相信所有的消费者都会和我一样与海尔结下了深厚的感情,海尔就是生活里难分的朋友。

(文文)

营销策略



■ 晓边

网易《大话西游 3》持续近一个月的“我心目中的紫霞仙子”评选活动圆满落幕,三大代言美女终于惊艳登场,她们分别是:桐绘、叶梓萱、赵洁。

三大美女风格迥异,对此业界普遍认为,这是网易游戏启动“全方位眼球营销”的开始。

群芳争艳 三大美女脱颖而出

入围评选的“紫霞仙子”多达 9 位,最终桐绘、叶梓萱、赵洁三位摘取桂冠。有意思的是,她们 3 位刚好代表了不同的风格:童颜女仆、性感嫩模、古典女神。

其中,桐绘最爱女仆装,秒杀众多宅男和大叔,之前曾在 ChinaJoy2012 担任《大话西游 3》的 Coser。

叶梓萱性感无比、冷艳无双,受到游戏厂商和玩家追捧,更蝉联两届 ChinaJoy 的最美 showgirl 称号。

赵洁则钟情于一袭白色长裙,独特的东方气质扑面而来,仿佛小龙女重生,曾参与众多展会与电视节目。

遵循民意 眼球营销促长人气

尽管三大美女风格各不相同,但却拥有

一个重要的共同点:经由玩家选出,符合玩家心目中“紫霞仙子”的形象,贴近玩家,代表民意。与之形成鲜明对比的是,以往的所谓“眼球营销”,无非就是一脱到底,强奸广大玩家的眼球,如此“被代表”,当然得不到

《大话西游 3》美女代言 开启“眼球营销”



一个重要的共同点:经由玩家选出,符合玩家心目中“紫霞仙子”的形象,贴近玩家,代表民意。与之形成鲜明对比的是,以往的所谓“眼球营销”,无非就是一脱到底,强奸广大玩家的眼球,如此“被代表”,当然得不到



玩家的青睐。

如今《大话西游 3》经由玩家选出三大代言美女,兼具不同风格,可谓是男女老少通杀。笔者认为,这种主动“贴近玩家”的做法实在高明,只有把选择权真正交到玩家手

勇于创新 营销突围 推动中国“成长战略” 沃尔沃汽车荣膺多项年度车型及企业营销奖

■ 于丹 文姣

时至年终,沃尔沃汽车集团中国区凭借沃尔沃 V60、沃尔沃 C30 纯电动车以及林书豪中国行品牌活动一举斩获多项年度车型及企业营销大奖,全方位体现出沃尔沃汽车今年所获得的市场认可。在中国成长战略和“以人为本”品牌理念的框架下,2012 年沃尔沃汽车持续发力品牌建设和新产品引进,提升市场竞争力,巩固个性鲜明、彰显独特北欧豪华魅力的“安全、低调、高品位”的品牌形象;同时,沃尔沃汽车以创新、变革的思维与举措迎接市场挑战,立志实现品牌复兴,成为“世界上最具进取精神、最受人喜爱的豪华汽车品牌”。

今年 4 月份隆重上市的 SAV 运动型多功能车细分市场领军车型——沃尔沃 V60 凭借其时尚动感的外观设计,强劲顺畅的动力表现,灵活多变的内部空间,多项创新安全科技的运用,无毒环保的健康车舱空间与尊贵音响系统的配备,自上市以来备受赞誉并取得了优异的销售业绩。截止到目前,沃尔沃 V60 从众多评选车型中脱颖而出,斩获 14 个年度车型大奖,包括《南方都市报》颁发的“年度进口运动型多功能车”和网易汽车、《汽车周刊》、《新京报》共同颁发的“2012 中国汽车风云榜年度最佳进口运动车型”。



作为沃尔沃汽车“Drive-E 绿色驾控战略”先锋车型,沃尔沃 C30 纯电动车既拥有与普通 C30 汽车一样的舒适性和安全配置,又更加突出新能源动力应用下的环保、功能性与便捷性,因此已荣获多项年度电动车型奖,包括《汽车族》颁发的 2012 最佳电动车型奖和《中国汽车报》颁发的年度优秀纯电动汽车奖。今年,沃尔沃汽车集团与中国(上海)电动汽车国际示范区建立战略合作,交付 15 辆 C30 纯电动车用于“电动 100 天”消费者试驾体验项目,目前已经有 1350 多名全国用户在示范区试驾了 C30 纯电动车,累计里程超过 2680 公里。

在营销方面,沃尔沃汽车凭借“林书豪中国行”这一整合营销传播战役荣获多家权威财经媒体颁发的年度企业营销传播奖。作为中国拥有的首个国际豪华车品牌,沃尔沃汽车通过携手 NBA 篮球新星林书豪在中国进行的“相信梦想 超越期待”系列品牌活动

和营销创举,展示了并购后的沃尔沃汽车更加敏锐的商业嗅觉和积极进取的公司新文化。在中国与运动、优雅、全能定位的沃尔沃 V60 新车上市的营销实践,有效提升了品牌价值,拓展了年轻精英客户群,强化了沃尔沃汽车“安全、低调、高品位”品牌形象在消费者心目中的地位。

具体获奖情况如下:
沃尔沃 V60:
旅游卫视汽车派——2012 年度新能源汽车(沃尔沃 V60 插电式混合动力车型)
网易汽车、汽车周刊、新京报——2012 中国汽车风云榜年度最佳进口运动车型
南方都市报——年度进口运动型多功能车
PPTV——最佳设计奖
第一财经日报——年度最佳风尚车型奖
广州日报——运动设计风尚车型/最具

动感全能座驾
新京报——年度运动设计风尚车型
理财周报——2012 年度最佳运动风尚车型
精品生活——2012 年度最值得期待新车
汽车杂志——年度进口车型奖
汽车族——年度进口运动型多功能车
零点研究咨询集团——第二届“零点民声金铃奖”产品创意奖
大洋网——年度最佳进口新车大奖
新浪网——极致悠然奖
沃尔沃 C30 纯电动车:
中国房车锦标赛——上海站电动汽车表演优胜奖
汽车族——2012 最佳电动车型
中国汽车报——年度优秀纯电动汽车(轿车组)

玩家福利 三个女人同唱一台戏

另一个有意思的事是,这次的代言人不是一位,而是三位。都说“三个女人一台戏”,当童颜女仆、性感嫩模、古典女神同台合作,会碰撞出怎样的火花,带给我们怎样的精彩?

据官方运营团队透露,三位代言人将参加到《大话西游 3》的各大活动中,包括“大话好声音”、回合制 DOTA 跨服联盟大战特约解说、年末新服进驻等。

或许桐绘将更深入我们内心的游戏主角,或许叶梓萱的冷艳中又将多一分诱惑,或许赵洁的清新脱俗中又将夹带着一分热情。三位代言女神的加入将使《大话西游 3》花团锦簇,她们究竟会带来玩家什么样的惊喜?让我们拭目以待。

最后,回顾近年来网游的推广方式,眼球营销无处不在。但无数事实已经证明:虽然纯粹的赤裸和低俗营销能在短期内造成轰动,但从长期、整体的角度来看,这对产品的影响却是消极甚至负面的。

《大话西游 3》此次美女代言的营销方式,恰恰为正面的眼球营销提供了一个范例,端庄、大气的美女更加受到玩家的追捧和喜爱。笔者此时不禁想到:不以裸露论英雄,只以人气定成败。



图为实验室揭牌仪式

双星与青科大学共建实验室 共同做强做大民族品牌推倒“四座大山”

■ 本报记者 何沙洲 特约记者 王开良

12 月 1 日,青岛科技大学塑料专业三十周年庆典暨新橡塑高端论坛在青岛科技大学崂山校区第三报告厅举行。作为 59 届校友、行业创领者,双星集团总裁汪海应邀出席,并为实验室揭牌。在随后举行的新橡塑高端论坛上,汪海就“推倒发达国家遏制中国经济发展的四座大山”发表精彩演讲,赢得阵阵掌声。

目前,双星轮胎已具备生产全钢载重子午胎、半钢子午胎、斜胶载重轮胎、农用轻卡轮胎、工程胎、内胎、垫带及特种专业化轮胎等 1300 多万套的生产能力,产品远销 100 多个国家和地区。双星橡胶跃升至世界橡胶机械行业第 11 位。

双星集团以其强大的科技实力和行业影响力以及与青岛科技大学良好、长期密切的合作关系,共建实验室,这是青岛科技大学最近建成的先进高分子材料实验室,不仅为学生提供学习实验方便,而且还承担了国家、地方众多科技部门的重点课题,同时也为社会提供技术服务和支持。

在新橡塑高端论坛上,汪海结合双星

家经过 300 年发展,技术水平较高,而中国真正经济发展才 30 年,双方根本不在同一个起跑线,不是同一个重量级,但他们却总拿自己的标准来要求中国,限制中国。第二座大山,是反倾销的制裁和打压。中国虽然加入 WTO,但一样受到多种制裁,中国很多行业、很多产品不断遭遇反倾销,尤其轮胎行业,中美轮胎特保案就是他们行使霸权主义、对中国实施反倾销的最直接体现,是对世界贸易组织法的最大背叛。现在,虽然特保案结束了,但欧盟轮胎标签法又接踵而至。第三座大山,是跨国公司的侵略。资本主义国家搞市场经济已有 300 历史,一些跨国公司凭借自己的经济实力、资金实力、市场控制实力,操控着各种资源,如橡胶、铁矿石,掌握着调整原材料价格的主动权,使生胶价格在 2000-5000 美元间反复波动,赚足了原材料的钱;操控着金融、人力和国际市场,造成卖方市场反复波动,赚足了产品的钱。这些对发展中国家,尤其对抵御风险能力较低的中国企业来讲,是非常不公平的。第四座大山,是品牌的剥削。目前,尽管国内一些行业或领域的技术,与发达国家相比,还存有差距,但就制造加工业来讲,并不比

他们差。以鞋为例,同样一款中国生产的鞋,换上一个外国牌子,价格就比国产品牌高出三四倍,这对我们是最无形、最直接、最巨大的剥削。实际上,双星生产的香味鞋、个性照片鞋、时尚休闲鞋、高档运动鞋出口到欧美国家,都是引领潮流的,双星自己的特色产品已经征服了他们。所以说,国产品牌并不比外国品牌差。企业家要创出自己的民族品牌,政府要支持民族品牌,商家要推销民族品牌,新闻媒体要宣传民族品牌,消费者要热爱民族品牌,专家学者要研究民族品牌,只有所有中国人联合起来,才能推倒这第四座大山。

现在,国内爱国热潮兴起,这是民族品牌发展的新机遇,汪海呼吁再也不能“用市场换技术,用资源换外汇,用优惠政策换政绩,用廉价劳动力换投资,用土地换 GDP”,这些问题到了该彻底解决的时候了。我们有最优秀的文化,有符合中国国情的管理新模式、新方法,有自己特色的核心技术,我们有责任,更有信心,担当起历史使命,生产出消费者满意的产品。中国企业家要积极创造民族品牌,向世界证明,中华民族是最优秀的民族,中国一定会昂首于世界民族之林!