

中国沙漠里的国际盛会

联合国组织决定在华举办全球唯一沙漠论坛

2013 第四届库布其国际沙漠论坛将于 8 月 2 日开幕,记者从库布其国际沙漠论坛组委会了解到,联合国环境规划署、联合国防治荒漠化公约秘书处决定,与中国科技部、国家林业局、内蒙古自治区人民政府联合举办全球唯一的沙漠论坛——库布其沙漠国际论坛。该论坛将于 2013 年 8 月 1 日至 3 日在中国内蒙古库布其沙漠国际会议中心举行。

联合国环境保护事务的掌门人——联合国副秘书长、环境规划署执行主任阿齐姆·施泰纳和联合国沙漠治理事务的掌门人——联合国防治荒漠化公约秘书处执行秘书长吕克·尼亚卡费将联袂出席和主持此次论坛。届时将有来自全球 30 多个国家的政府官员、科学家、企业家、艺术家以及社会环保人士等 300 余人出席这场在大漠里举行的国际盛会。

营销经典

三年等一包吊你胃口没商量

——探秘奢侈品“饥饿营销法”



■ 汪伟 初杭 石庆伟

订购一件皮包,要排队三年才可能拿到货,而且价格少则几万元,多则上百万元,真可谓“三年等一包,吊你胃口没商量”。在营销大战日益激烈的买方市场时代,什么商品敢有这种牛气和霸气?记者近日在沈阳采访奢侈品一条街时,亲身体验了奢侈品商所惯用的“饥饿营销法”的秘密。

在沈阳青年大街的万象城商场内,有一家专营知名奢侈品牌爱马仕的专柜,据说也是沈阳市唯一一家爱马仕专卖店。当记者以普通顾客身份咨询购买一款女式“铂金包”时,售货小姐说:“不同款式的包,价格从几万元到十几万元甚至更多,但都没有现货,订货后一般要等 3 年多才能拿到货。”

据售货小姐介绍,一款“铂金包”要由工匠全部手工制作,生产周期较长,为保证品质,加之价格昂贵,因此采取订单式生产方式,顾客要先在店内登记,专卖店再将登记信息发回公司总部排队等待;近几年来,“铂金包”卖得挺火,如果排队等待期间有 VIP 客户提出订货要求,那么普通顾客订的货还要顺延往后排,很有可能超过 3 年。

记者问:“怎样才能成为 VIP 客户?”

售货小姐回答:“没有固定标准,主要就是看消费额高低,如果你今年在本店消费了 100 万元以上,排进消费总金额前十名,就有资格成为 VIP 客户。”

但记者在现场几个小时的观察中,并没有发现一起生意成交,但售货小姐说,奢侈品的买家绝不像普通商品那么多,店里的销售业绩挺不错。

据长期关注奢侈品消费的一些业内人士介绍,购买一款爱马仕“铂金包”,排队等上三五年确实很常见。有过奢侈品消费经历的赵女士告诉记者:“不仅爱马仕,诸如香奈儿、普拉达等品牌手工制作包包和服装,有时也需要排队预定。”她说,有些顾客等不及,就可能花高价从别人手里或其他渠道购买二手货,无形中推高了行情,人为制造了市场的火爆。

记者调查了解到,近年来沈阳市一直在集中财力和政策优势,将南北主干道青年大街打造成“金廊商业街”,吸引一批世界顶级奢侈品店纷纷入驻,宾利、LV、爱马仕等均开业迎客,但一些高端商品不仅因高价位超越许多普通消费者承受力,也常常出现“买得起,等不起”特殊现象。

辽宁大学营销学专家肖声教授认为,“三年等一包”现象其实就是“饥饿营销法”,这是奢侈品行业较为常见的一种营销模式,除了一些产品确因销量小、生产周期长之外,厂商运用这种营销方法主要目的是彰显资源的稀缺性,吊起消费者的胃口,借以抬高身价。但商家如果滥用,一旦手法被识破,或者缺乏足够的品牌忠诚度支撑,消费者就可能放弃购买而转向其他同类商品。

辽宁省社会科学院研究员卢骅认为,一些消费者追慕奢侈品,但对奢侈品内在品质并没有深入研究,只认价高的、稀缺的,这表明消费能力的提高并没有带动消费文化的提高。从某种角度说,过度追求特定奢侈品品牌的心理不足取,特别要防止炫耀性畸形消费心理。

日本前首相鸠山由纪夫、新西兰前总理麦克默尔等国际政要也将出席并发表重要演讲。

正如许多国际性的环境挑战一样,全球荒漠化防治的国际合作效率不尽如人意,甚至今年还有发达大国退出了已有 20 多年之久的防治荒漠化公约。面对资金匮乏、机制不畅、技术困乏等复杂现状,国际社会迫切希望可以搭建一个政策、技术、资本、人才的防治荒漠化的高端对话和交流平台,而创办于 2007 年的库布其沙漠论坛和中国治沙模式的库布其模式,进入到了国际合作视野。中国库布其沙漠 25 年间荒漠变绿洲的实践,深深震撼了国际社会;而以市场的力量来面对严酷的自然环境的库布其可持续公益商业治沙模式,则更引起了全球的关注。

“近年来,中国政府在防沙治沙方面取得

打响“两区”建设品牌 推动优势企业“走出去”

河南省上半年实际引进利用省外资金 3174 亿元

■ 本报记者 李代广

“今年上半年,我们全省实际利用外资 71.2 亿美元,居中部六省首位,增长 8.2%;实际引进到省外资金 3174.7 亿元,增长 21.5%,对全省经济发展形成了有力支撑。”7 月 23 日,河南省商务厅召开上半年全省商务运行情况新闻发布会,省商务厅厅长焦锦鑫告诉记者。

据焦锦鑫厅长介绍,今年以来,全省商务系统认真实施《2013 年河南省开放招商工作行动计划》,求真务实办好重大招商引资活动。作为第八届中国博会主承办单位,成功承办了第八届中国博览会,务实节俭理念贯穿组织筹备全过程,体现了新山风,展示了新形象,取得了新成效,打响了中原经济区、郑州航空港经济综合实验区“两区”建设品牌。共签约项目 435 个,投资总额 4469 亿元,合同利用境内外资金 4233 亿元,分别占中部六省总额的 67%、56%和 62%。

上半年,在国际市场需求持续萎缩、全国外贸增幅大幅回落的形势下,河南省商务厅积极应对,下大力气抓出口型项目引进;抓出口基地建设,夯实外贸发展基础;抓外贸促进政策,增强外贸发展动力;抓知名品牌培育,提升外贸竞争力,全省对外贸易保持了较好的发展态势,上半年全省进出口 243.7 亿美元,增长 12.4%,高于全国平均水平 3.8 个百分点。进出口、出口均在全国排名第 13 位,在中部六省分列第 1 位、第 2 位。

会员制超市在华大拓二三线市场

■ 姜月

在零售企业纷纷迫于大环境放缓开店之时,外资会员制超市却在华上演逆袭。日前,记者获悉,继麦德龙提出今年的开店数至少为 13 家后,沃尔玛也宣布未来 2-3 年将在二三线市场连续开出 7 家山姆会员店。这几乎相当于该品牌入华以来的开店总和。在业界看来,二三线城市大卖场业态区域饱和、中产阶级阵营逐步壮大,给会员制超市的逆袭创造了机遇。

沃尔玛中国高级副总裁兼山姆会员店首席运营官文安德表示,沃尔玛希望在国内 35 个大型城市都开出山姆会员店,该品牌也将成为沃尔玛在中国未来发展的主力业态。自 1996 年开出首店以来的 17 年间,山姆会员店在中国仅有 10 家。

提升六种能力 实现可持续发展

■ 李益恒 李东锋

河南省郑县产业集聚区紧紧围绕“四集一转”、三规合一,按照产城融合,产业集聚的发展要求,持续提升承载能力、吸引能力、支撑能力、带动能力、发展能力和保障能力,推进县域经济健康持续发展。

目前,产业集聚区已入驻企业 40 家,其中投资亿元以上项目 37 个,总投资近 150 亿元。产业集聚区先后被河南省政府授予“发展又好又快产业集聚区”、“全省十快产业集聚区”、“2012 年度河南省先进产业集聚区”。

完善基础设施,提升承载能力。编制《控制性详细规划》、《空间发展规划》等六个规划,实现了“三规合一”,引导主导产业向产业集聚区集聚。全面推进城区基础设施、产业配套设施和公共服务设施建设向集聚区延伸,无缝衔接、功能共享。先后投资 4 亿元,修建道路 40 公里并进行了水、电、路、气等配套的基础设施建设;在集聚区与城区连接地带建成了行政办公中心、第三人民医院、学校、文化中心、休闲广场等,总投资 10 亿元;完成投资 3 亿元,开工了职工公寓、保障性住房、公共服务中心等公共服务设施,产城一体、融合发展。

优化服务环境,提升吸引能力。一是对入驻项目实行“五个一”制度(一个项目,一名领导,一套班子,一个目标,一抓到底),履行“三个零”(用地企业与群众零接触,部门为企业服务零距离,行政审批费用零成本)服务承诺。二是定期组织企业对政府职能部门进行评议,服务好不好,企业说了算。三是开展“有事来找我,我为您服务”活动,及时解决企业困难和反映问题,2012 年以来,共受理企业反映问题 137 件,已全部解决,满意率达 100%。

培育龙头企业,提升带动能力。确定主导产业后,通过编制产业链图谱,先后引进国内煤机行业 100 强的平煤机和省政府确定的后备上市企业圣光集团落户产业集聚区。平煤机落户后,我们严格兑现承诺,为项目建设搞好贴身服务。抽调专人,成立平煤机建设指挥部,吃住在工地,随时解决建设中的问题;依托职业技校,由县财政出资为其订单培训技术工人 450 名;投资 4000 万元,专门为该公司铺设了 38 公里天然气管道;该公司的入驻,先后促成了煤神机械、艾通机械、鼎盛机械、德科机械、宏鹰煤机等机械加工项目扎堆落户,产业关联度不断提高,配套能力显著提升,实现了产业的集群发展。

围绕圣光集团,我们致力于构建医疗器械孵化园。采取“四个利用”、“四项统一”、“两方共赢”的“四四二”的模式,以圣光集团为产业龙头、筑巢引凤、以商招商。“四个利用”即:利用圣光品牌、利用圣光批号、利用圣光销售网络、利用圣光厂房;“四项统一”即:统一采购、统一生产、统一管理、统一销售;“两方共赢”即:圣光集团“借鸡下蛋”,迅速壮大规模;投资伙伴“借船下海”,快速发展。目前,孵化园已入驻医用类项目 60 余个,生产无针注射器、安全式留置针、无菌塑柄手术刀等 150 种产品。我们将依托圣光集团,着力打造全国重要的医用制品生产基地。

围绕主业招商,提升支撑能力。一是产业链招商。绘制主导产业发展路线图和招商选资企业谱,理清主导产业上下游关键环节和配套关联产业的龙头企业,明确招商选资目标。二是县级领导县直部门组团招商。每个组团由县委常委任团长,县直单位“一把

了举世瞩目的成就,中国库布其沙漠的治理就是成功典范”,联合国副秘书长阿齐姆·施泰纳在给中国政府有关领导汇报举办库布其国际沙漠论坛时,解释了为何选择中国库布其沙漠作为全球共同应对荒漠化的高端平台,目的是希望藉此可以在全球范围推广干旱地区生态系统管理和库布其模式,以促进土地可持续管理和绿色经济转型。联合国防治荒漠化公约秘书处则表示它希望在未来五年间持续支持库布其国际沙漠论坛,以促进公约所提倡的“2030 年实现土地退化零目标”。

库布其国际沙漠论坛组委会秘书长王文彪表示,本届论坛将尽量减少在会场的时间,而是要现场看、现场论、现场谈,让这个平台真正成为全球防治荒漠化的智库高地。中国外交部相关专家在获悉国际社会选择在中国

他们抢抓国际金融危机带来的境外投资机遇,搭建服务平台,第八届中国博会期间举办了境外国家和地区投资说明暨合作项目洽谈会,还举办了针对中东、非洲、俄罗斯等国家和地区的投资推介说明会,推动全省优势企业和过剩产能“走出去”。

中原油勘探局、河南国合、河南国基、中铁七局、中铁隧道等新签一大批境外承包工程合同,境外资源开发、地质勘探、农业开发等领域对外投资项目进展顺利。

上半年,河南省对外承包工程和劳务合作完成营业额 23.1 亿美元,增长 25.9%;核准 52 家境外投资企业,中方协议出资 6.3 亿美元,增长 16.9%;外派劳务 3.59 万人次,增长 2.2%。

过 1.5 万美元的中国家庭比例将从 2011 年约 11%上升至 2016 年的 41%。

会员制超市的崛起也与大卖场业态趋于饱和息息相关。此前,主要从事大卖场业务的京客隆、物美等超市纷纷出现业绩下滑。与会员制超市相比,大卖场因为体量大可以提供给消费者更多的商品选择,但也给企业造成了巨大的资金压力。

“虽然会员店的毛利较低,但运营成本较低,加上薄利多销,其单店效益要高于大卖场业态。”据中国连锁经营协会的一位专家介绍,在比拼单店质量的时期,会员店这种业态会更受企业欢迎。据了解,会员续卡率始终保持在 70%以上。位于深圳的山姆会员店已经连续五年位列全球销售第一。

手”为成员,选调骨干力量成立招商分局,走出去招商,围绕主力力争在引进世界 500 强,国内 500 强和行业龙头上实现新突破。三是出台主导产业招商优惠政策,加速产业集群。

集约节约用地,提高发展能力。一是严格规划管理,实现土地资源优化配置。二是完善约束机制。严格按照省政府批准的产业集聚区主导产业和功能布局安排项目。三是加强存量土地管理。采取盘活土地法,把原有停车场、闲置厂房等分散的建设用地进行收购征用,进行盘活,共盘活土地 426 公顷;采取政策激励法,用政策激励“乡让地、县让利”的办法,利用土地增减挂钩政策,置换建设用地,已置换用地 307 公顷;采取让利于民法,制定得力措施受惠于民,解除群众后顾之忧。免费对 1000 多次失地农民进行技能培训;优先安排 2000 多名失地农民到集聚区内的企业就业。

创新管理模式,提升保障能力。成立了产业集聚区管理委员会,具体负责区内的规划建设、招商选资、服务管理等。同时报经省政府批准成立了东城街道办事处,把产业集聚区所辖 6 个村庄划入办事处,实现了产业集聚区与办事处在空间范围内的套合。东城街道办事处具体负责产业集聚区征地、村庄城乡一体化改造,群众关系、安全稳定等工作。为加大协调力度,又把发改委、国土资源、建设局等 19 个县直部门列为管委会成员单位,并明确成员单位负责人,制定了管委会成员单位重点工作推进会和专项工作协调会等。

(作者分别为河南平顶山市郑县发改委主任、招商局局长、产业集聚区管委会副主任;郑县产业集聚区管委会招商部部长)

举办这样的论坛后表示,这个论坛有利于展示中国在履行国际义务方面的切实行动,有利于推进国际社会防治荒漠化的进程。

据悉,库布其国际沙漠论坛已经展现出了它作为全球唯一平台的巨大影响力,成为全球荒漠化防治的风向标。通过这个平台,包括世界滴灌农业之父在内的四家以色列涉沙公司纷纷将自己的橄榄枝抛向了库布其大漠;而联合国环境规划署也在这个平台上,很快就找到资金支持来完成耗时近 30 年的全球荒漠化图集的出版。近百位防治荒漠化领域的世界知名科学家也将在这个平台上,来参与全球沙漠生态环境保护行动、联合国环境署和联合国防治荒漠化公约专场论坛、沙漠公益活动、企业家专场论坛、全球技术成果展示交易和交流等活动。 (梦媛 毅力轩)

最近又有新成员加入竞争日益激烈的中端酒店市场。日前,由何伯权等 7 天连锁酒店集团原有股东和投资基金凯雷投资集团及红杉资本共同组建的铂涛酒店集团全新亮相。该酒店集团一举推出四个全新酒店品牌,其中包括 mini 五星、Coffetel 等酒店新品类。实际上,随着酒店市场进一步细分化,中端酒店正在迎来一场品牌之战,品牌突围将是必行之路。

另一方面,在二三线城市,随着当地商务活动的不断繁荣和旅游业的发展,也将进一步推动对于高品质酒店的需求。铂涛酒店集团从高端酒店到舒适经济型酒店实行全品牌覆盖格局,将能够把握住各类客户的需求,抓住战略发展的机遇。

6 月 14 日,锦江股份斥资 7.1 亿元收购时尚之旅的 100%股权,并决定在 2014 年上半年前翻牌为锦江都城,同样被视为进军中端市场的重要一步。而锦江国际旗下又一酒店品牌——时尚之旅目前拥有 21 家“时尚旅店”物业,分布于绍兴、福州、合肥、广州、武汉、镇江、石家庄、廊坊、泰州、常州、长沙、沈阳、南昌、宁德、芜湖、晋江、郑州、江阴等 18 个城市的万达广场商圈,其中 15 家酒店已正式开业。

据上海锦江国际酒店发展股份有限公司表示,根据规划,“锦江都城”品牌将成为锦江股份“有限服务酒店业务”的重要增长点,未来 3-5 年计划发展至 100 家。新推出“锦江都城”中端酒店品牌,既可发挥“锦江”品牌的影响力,又可将锦江股份打造的经济型酒店连锁经营系统和酒店商业模式运用、推广到中端连锁酒店品牌。

继华住、锦江进军中端酒店市场后,原 7 天连锁酒店创始人郑南雁日前作为铂涛酒店集团联席董事长的身份对外宣布,铂涛酒店集团在正式完成对 7 天连锁酒店的私有化收购后,全新推出铂涛菲诺、麗枫、喆·啡三个新酒店品牌。

其中,铂涛菲诺定位为 mini 五星酒店,专注于超五星级配置的豪华客房,并省去一般五星酒店中利用率较低的大型会议室和游泳池,主要满足高效商务客纯粹的住宿需求;而喆·啡(James Joyce Coffetel)作为新创的酒店品类,是融入咖啡文化的中端酒店品牌;麗枫(Lavande Hotel)则是以天然香气为特色、舒适睡眠为主题的精品中端酒店品牌。

另外,以时尚社交酒店为定位的 Zmax Hotel 也即将推出。郑南雁强调,富有个性的创造力,就是铂涛酒店集团的 DNA,凭借这一特质,集团未来将创造出多个能够和消费者产生共鸣且个性鲜明的品牌,并形成公司的核心竞争力。

值得一提的是,定位高端的铂涛菲诺,相较于国际五星酒店品牌,价格上或更具优势。铂涛菲诺首席执行官黄贇表示,该品牌第一间酒店最先将在深圳亮相,客房定价约在 600-1000 元,相较于国际高端品牌酒店,铂涛菲诺则能让消费者以较低的价格享受一个高品质的客房体验。据透露,今年将有 10 家铂涛菲诺项目准备启动,而到 2023 年,该品牌酒店数量将达 200-300 家。

“中国已经进入中端酒店市场崛起的时期。”中国旅游研究院院长戴斌表示,目前展开市场布局的中端酒店,正在突出智能、时尚等特点,恰恰填补了市场空白。另一方面,高端和次高端酒店市场仍有一定空间,但建立新品牌所要面临阻力更大。“毕竟具有高端消费能力的群体并不会轻易换品牌,因此精准定位和准确的商业运用模式至关重要。”

(网易)

营销实战

酒店业扎堆“抢”中端市场

新品牌或将面临市场阻力



最近又有新成员加入竞争日益激烈的中端酒店市场。日前,由何伯权等 7 天连锁酒店集团原有股东和投资基金凯雷投资集团及红杉资本共同组建的铂涛酒店集团全新亮相。该酒店集团一举推出四个全新酒店品牌,其中包括 mini 五星、Coffetel 等酒店新品类。实际上,随着酒店市场进一步细分化,中端酒店正在迎来一场品牌之战,品牌突围将是必行之路。

另一方面,在二三线城市,随着当地商务活动的不断繁荣和旅游业的发展,也将进一步推动对于高品质酒店的需求。铂涛酒店集团从高端酒店到舒适经济型酒店实行全品牌覆盖格局,将能够把握住各类客户的需求,抓住战略发展的机遇。

6 月 14 日,锦江股份斥资 7.1 亿元收购时尚之旅的 100%股权,并决定在 2014 年上半年前翻牌为锦江都城,同样被视为进军中端市场的重要一步。而锦江国际旗下又一酒店品牌——时尚之旅目前拥有 21 家“时尚旅店”物业,分布于绍兴、福州、合肥、广州、武汉、镇江、石家庄、廊坊、泰州、常州、长沙、沈阳、南昌、宁德、芜湖、晋江、郑州、江阴等 18 个城市的万达广场商圈,其中 15 家酒店已正式开业。

据上海锦江国际酒店发展股份有限公司表示,根据规划,“锦江都城”品牌将成为锦江股份“有限服务酒店业务”的重要增长点,未来 3-5 年计划发展至 100 家。新推出“锦江都城”中端酒店品牌,既可发挥“锦江”品牌的影响力,又可将锦江股份打造的经济型酒店连锁经营系统和酒店商业模式运用、推广到中端连锁酒店品牌。

继华住、锦江进军中端酒店市场后,原 7 天连锁酒店创始人郑南雁日前作为铂涛酒店集团联席董事长的身份对外宣布,铂涛酒店集团在正式完成对 7 天连锁酒店的私有化收购后,全新推出铂涛菲诺、麗枫、喆·啡三个新酒店品牌。

其中,铂涛菲诺定位为 mini 五星酒店,专注于超五星级配置的豪华客房,并省去一般五星酒店中利用率较低的大型会议室和游泳池,主要满足高效商务客纯粹的住宿需求;而喆·啡(James Joyce Coffetel)作为新创的酒店品类,是融入咖啡文化的中端酒店品牌;麗枫(Lavande Hotel)则是以天然香气为特色、舒适睡眠为主题的精品中端酒店品牌。

另外,以时尚社交酒店为定位的 Zmax Hotel 也即将推出。郑南雁强调,富有个性的创造力,就是铂涛酒店集团的 DNA,凭借这一特质,集团未来将创造出多个能够和消费者产生共鸣且个性鲜明的品牌,并形成公司的核心竞争力。

值得一提的是,定位高端的铂涛菲诺,相较于国际五星酒店品牌,价格上或更具优势。铂涛菲诺首席执行官黄贇表示,该品牌第一间酒店最先将在深圳亮相,客房定价约在 600-1000 元,相较于国际高端品牌酒店,铂涛菲诺则能让消费者以较低的价格享受一个高品质的客房体验。据透露,今年将有 10 家铂涛菲诺项目准备启动,而到 2023 年,该品牌酒店数量将达 200-300 家。

“中国已经进入中端酒店市场崛起的时期。”中国旅游研究院院长戴斌表示,目前展开市场布局的中端酒店,正在突出智能、时尚等特点,恰恰填补了市场空白。另一方面,高端和次高端酒店市场仍有一定空间,但建立新品牌所要面临阻力更大。“毕竟具有高端消费能力的群体并不会轻易换品牌,因此精准定位和准确的商业运用模式至关重要。”

(网易)

国药准字H46020636

快克®

复方氨酚烷胺胶囊

适用于缓解普通感冒或流行感冒引起的发热、头痛、四肢酸痛、打喷嚏、流鼻涕、鼻塞、咽痛等症状,也可用于流行感冒的预防和治疗。

请在医生的指导下购买和使用

海南亚洲制药生产

海南快克药业总经销