



安尚秀撬动双十一：营销出奇，产品制胜

■ 陈杰

一年一度的“双十一”网购狂欢即将开启，商家们早就做好准备迎接这一天的到来。作为国内知名的美妆品牌之一，安尚秀在电商渠道的销售一直很火爆，“双十一”更将给消费者带来全新的购物体验。总结来说，将有超低的折扣、新奇的活动、超赞的产品。

据悉，安尚秀“双十一”将提供前所未有的折扣，全场最低一折，最高不过五折，价格震撼人心。除了在价格方面给予超低折扣，还将给消费者带来更多的优惠活动，进入店铺即可领取最高 50 元优惠券，购满一定金额最高还可送 369 元产品。既有折扣，又有优惠券，还有满就送，如此超级优惠实属罕见，错过双十一就得再等一年。



不仅带来超级的优惠，还有非常新奇的活动，同样将给消费者带来惊喜。据内部消息，为了让消费者享受更多的实惠，安尚秀的双十一活动十分重磅，有点“赔本赚吆喝”的土豪味道。凡是今年双十一在店铺购物，不管买了多少钱的安尚秀产品，明年双十一将送同等价值产品。今年买了一万块钱的产品，明年就可以免费获得一万块钱的产品。此外，当日购物金额最高的消费者还可以获得 iPad mini，如此重磅活动可谓史上第一。

优惠再多活动再新奇，关键还是要靠产品说话。安尚秀显然做好了充分准备，全新的国粹 BB 霜系列能“挑战世界上所有的 BB 霜”。前段时间安尚秀发起“新国妆运动”，对 BB 霜的功效从新定义，独有添加 EGF 表皮生长因子，将给消费者带来全新的效果体验。该产品的灵感来源京剧脸谱，弥补了京剧脸谱粉底厚不透气的缺点，以“精于养、不见妆”的产品效果赢得了消费者的热捧。国粹 BB 霜打破了传统产品的局限性，能够给消费者带来多合一的功效，这是目前市面上唯一具有修复功效的 BB 霜。

一位消费者谈及产品使用感受时说：“一开始半信半疑的选择安尚秀国粹 BB 霜，并没有想到 BB 霜也具有修复作用。在使用了一段时间之后发现，涂上 BB 霜很难让人看出来，皮肤也变得水水嫩嫩的，完全不会出现脱妆的情况，使用时间越长肤质变得越好。在用过的国内外品牌中，安尚秀 BB 霜是唯一具有修复效果的，我现在只用安尚秀不再用其他品牌，并且一直向身边的朋友在推荐。”另外一位消费者评价说：“味道非常的清香，淡淡的很好闻，是我喜欢的味道。涂抹很均匀也很容易被皮肤吸收，涂抹的时候感觉很滋润。”

消费者对于产品的口碑可以看出，今年双十一安尚秀的产品多么给力，在优惠活动和营销活动的配合下，今年的销售量肯定会更加火爆。还是那句话，好产品自己会说话，只有让消费者有好感受，才能赢得消费者的信赖和支持。

“双十一”变成了产品营销节

比亚迪汽车公关部苏明航告诉记者，“双十一”已经变成了营销节。他表示，现在的经销商不会放过任何一个节日，“双十一”在这几年一直被热炒，因此，经销商们也在这一天推出了更加优惠的购车活动。业内人士表示，无论是汽车经销商还是汽车厂家，“双十一”已成为近两年来销售的重要节日，在这一天，有车企会与电商联合推出“双十一”购车网购节，线下的汽车经销商们则会主推自己的优惠营销活动。

“其实无论是汽车经销商自己推出的，还是车企联合电商推出的汽车‘双十一’优惠活动，目的只有一个，那就是在这一天吸引更多消费者买车。毕竟在 11 月里没有什么重要的节日来为经销商抢销量，所以说‘双十一’车价必定会更加优惠。”有汽车专业人士表示。（内蒙古晨报）

全面保障爱车健康

沃尔沃汽车启动 2013 年冬季保养活动

寒冬来临之际，爱车也将面临更多考验，需要更加专业周全的修养和维护。为确保您出行无忧，沃尔沃汽车 2013 年“暖冬有沃，关爱随行”冬季服务活动如约温暖启程。2013 冬季服务活动于 11 月 1 日起在全国范围内正式启动，活动为期 3 个月，车主不仅可进店对爱车进行免费检测，同时针对一些常用及必备的配件还给予大幅度优惠。

沃尔沃今年的冬季保养活动将在全国 133 家授权经销商展开。活动期间，车主将尊享包括发动机安全、刹车安全、空气质量系统以及冬季行驶相关检测在内的 16 项免费检测，这些检测项目将最大程度地保障车主的冬日行车安全和车内健康环境。冬季是雾霾发生的高发季节，而沃尔沃汽车的空气质量系统（IAQS）通过电子传感器对外界进来的空气质量进行系统分析，其复合活性炭过滤器能有效的过滤空气中 95% PM2.5 颗粒和有害物质，如氮氧化物、一氧化碳和碳氢化合物。一旦发现这些污染物，系统能够立即自动关闭进气口，自动切换到内循环，确保车内空气质量洁净。冬季服务活动期间，凡购买普通空调滤芯即可免费升级至活性炭空调滤芯，为



车主提供诸如北欧般纯净的空气，在雾霾天气保护驾乘人员的身体健康。

另外，为了回馈广大车主对沃尔沃汽车的厚爱，参加活动的车主还可以享受到冬季行车相关配件产品促销活动，在寒冷

冬日为车主的行车出行再添保障和暖意。而且凡在 11 月进店保养的车主均有机会获得价值 995 元的最新 2013 版导航地图，中奖率达 20%，中奖车主名单将于 12 月中旬公布并短信通知。2013 版的导航地图覆盖

了全国可行道路 380 万公里，区县数量 2845 个，核心信息点（POI）878 万条，乡镇信息点（POI）353 万条，让您安心出行。无需再为找路，问路而头疼，即使雾霾天气也能轻松找到路。

我国北部及东部地区冬季由于霜多、雾多、雨雪多，能见度低，路面湿滑，给驾驶员尤其是新手驾驶员开车增加了很多困难，也给行车安全带来许多不利因素。尤其是对于后驱车来说，冬天极易出现溜坡及转向过度现象，行驶过程中更需注意。为此，沃尔沃汽车特别提示车主，雨雪天气驾驶后驱车需谨慎，冬季出行前务必要仔细检查。检查车辆的制动、转向、胎压、经常擦拭前挡风玻璃以免影响视线。行驶时注意控制车辆速度，如发现问题及时检修，避免交通事故的发生。

沃尔沃汽车长期以来一直秉承“以人为本”的品牌理念，并不断的推陈出新。自今年 9 月 1 日起，在全国范围内提前实施了国家三包法规，保障车主利益。今后，沃尔沃将继续在中国市场深化售后服务，为所有沃尔沃车主提供更多精益求精的高品质服务。

（王丽）

进口食品兴起“社会化”营销

不久前，五棵松万事达体育中心外，不少刘德华的歌迷收到了一份特殊的礼物——“榴的华”金枕头榴莲干。歌迷们后来才知道，这是一个来自泰国的进口食品。除了在演唱会现场派发礼品，“榴的华”金枕头榴莲干还在微博上搞起了晒演唱会门票赠美味零食的活动。

进口食品玩社会化营销与近年来国内消费者对进口食品的需求和电商的发展不无关系。据统计，近 5 年来，中国进口食品平均每年增速在 15% 左右。在电商平台，2011 年通过电子商务渠道实现的食物交易总额接近 400 亿，预计到 2016 年，食品线上整体交易额将会以 40% 以上的速度增长，其中进口食品占比将达到 30% 以上。

不可否认，进口食品在口味、制作工艺和质量等多方面，都有着自身的优势，以“榴的华”金枕头榴莲干为例，其开创了榴莲更新鲜的吃法，采用真空急冻干燥技术制成的榴莲干，保留了“榴莲的精华”——榴莲的营养成分，同时也在一定程度上减少了榴莲鲜果的“怪味”，便于运输和储存及食用。

据 AFMA 亚太农产品和食品营销协会统计，采用冻干技术的榴莲干年产量约为

100 吨，主要销往东南亚、东亚及欧美市场，包括多数国人在内的不爱吃榴莲鲜果的消

费群体，也能借此享受榴莲的营养和独特天然美味。（法制晚报）



国酒之窗

醉美茅台（连载十四）

中国出版集团 东方出版中心



赤水河古盐道渡口

■ 袁仁国 / 著

六、品位高雅的时尚元素

在不同人的眼中，对于茅台，都会有不同的解读。不夸张地说，对茅台酒的了解，就像一门学问，值得长久去琢磨。

在茅台人和无数挚爱优秀民族品牌的人的心目中，茅台酒是一张名片，茅台是一种文化，茅台是一种精神，茅台是一种绿色，茅台是一种健康，茅台是一种尊贵，茅台是一种人生，茅台是一种成功，茅台是一种科学，茅台是一种品牌。

茅台酒是一种品位高雅的时尚元素，因为它拥有高知名度的品牌、高科技的工艺、高品位的文化、高美誉的品质、高保护的环境、高效率的服务、高素质的队伍、高效益的管理、高水平的创新、高诚信的经营、高格调的饮酒、高和谐的氛围。

品酒作为一种独特的艺术，是嗅与味、色与触的综合艺术、风味艺术。色乃酒之形，香乃酒之韵，味乃酒之魂，触乃酒之体，色香味体等风韵的感受构成了品酒审美的主要途径。品酒就是品味酒的诸多结构内涵、协调平衡、柔和自然的程度，从其典型、风格、个性中，寻找其别致的细腻风韵，领悟其真善美，从而达到审美欣赏的境界。茅台酒和谐完美的“复合香”，正是美酒所具

备的协调平衡的结构美，一种只有通过人的感觉品尝才能感受到的美，一种勾兑大师们精心制作的极品艺术之美。它如同一篇无字的诗、一副无色的画、一曲无声的歌，集中展示了中国酒所具备的物质与文化形神合一的韵味。知者，妙趣无穷；品者，美不胜收。

品味茅台，是一种体验。品茅台酒，需从色、香、味、格四个方面去把握。色，即用肉眼观察酒的色调、透明度和有无悬浮物；香，主要考察酒的溢香性、喷香性、留香性；味，指甜、酸、苦、辣、涩、咸等基本口味；格，又称风格，也称酒体。在品酒时，要眼观其色、鼻闻其香、口尝其味，并综合色、香、味的感受来确定其风格。

品饮茅台，是一个美妙的过程。就像朋友间的对话，需要从容而浑然一体，用心、凝神而又轻松愉快。一口茅台酒入口，您需屏气凝神，把美酒在舌尖细细“展开”、“分解”，充分调动味觉、嗅觉神经，去捕捉、体味、感悟每一个酒分子的香味，一定会找到那种难以言传的美感。饮酒是人类历史上最久远的传统之一。真正的饮酒不为寻求酒精的刺激，而是懂得尊重酒，欣赏酒，体会酒的玄妙，这体现的是饮者的品格和个性的修养。

品味茅台，是一种健康。20 世纪 90 年代，茅台集团根据周总理关于“茅台酒包治

百病”的经验以及自身足量或过量饮用茅台酒后不上头、不干喉、醉后易醒的体会，开始了对饮酒与健康关系的研究，并提出了“适量饮酒有益健康”、“茅台酒有保肝护肝作用”的论点，提出了“国酒茅台，喝出健康来”的绿色健康理念，从而引发了全国酒业对于饮酒与健康问题的重视和研究，在国民中倡导了文明饮酒、健康饮酒的新风尚，在一定程度上抑制了滥饮酒、饮劣酒的风气。

品味茅台，是一种尊贵。在中国人心中，茅台的地位和名气已是由来已久。品饮茅台酒，仿佛人生奇遇，可遇不可求。如今，富裕起来的中国人，品茅台酒，乃是显示身份，显示尊敬，显示档次，显示成功。随着国酒茅台亲和力、感召力、影响力的不断增强，消费者已感到茅台不是庙堂之高，江湖之远。如今，国宴上有茅台，家宴上有茅台，



● 中国 2010 年上海世博会唯一指定白酒——友谊使者特制陈酿

庆功宴上有茅台，迎宾宴上有茅台，婚宴上有茅台。可以说，喝茅台酒成为了中国人生活的一部分。上至国家庆典，下至亲友相聚，为了凸显庄重和最高礼遇，人们总是会选择茅台酒招待来宾。

品味茅台，是一种文化。茅台酒被尊为国酒，誉为政治酒、外交酒、礼品酒、军酒，品饮茅台酒，能增进友谊，能化干戈为玉帛，能使文学家看到奇妙、书画家想到神奇、哲学家善于思考、政治家悟到玄机。茅台，是外交的润滑剂，成功的助推器，是友谊的桥梁，是身份的象征。作为中国的国酒，茅台义不容辞地承担起中国酒文化和世界酒文化交流的责任，在以醉人的芳香让世界了解自己的同时，也将中华酒文化的魅力和韵味淋漓尽致地展示给了世界。

品味茅台，是一种鉴藏。茅台酒产量有限，加上其工艺和生产条件特殊，且越陈越香，使其成为收藏家的宠爱。如今，陈年茅台酒已成为外国人心目中的中国“奢侈品”。随着茅台酒文化的普及，茅台酒收藏已成为一种时尚。无数中国人正从对茅台酒的收藏中，分享茅台酒酿造工艺这份中华文化遗产的独特价值。

1999 年 10 月“国庆 50 周年盛典茅台纪念酒”被中国历史博物馆收藏；2004 年 4 月 12 日中国国家博物馆典藏“国酒茅台十大青铜器酒”。这些活动引来了愈来愈多的民间爱好者对茅台酒的收藏热情。2004 年，深圳一位专注于收藏茅台酒的收藏家就创造了 7289 瓶的吉尼斯世界纪录。普通消费者几十年前存放的一瓶茅台酒，当时价值才几元钱，如今已成为“价值连城”的酒中珍品。茅台集团 2007 年 12 月在贵阳召开的全国经销商联席会上，一瓶 1957 年的茅台酒现场慈善拍卖，拍出了 138 万元的高价。

如今，越来越多的国人开始把茅台酒视为一种可升值保值的“硬通货”。和谐盛世、国家富强、国酒兴旺，茅台酒越来越受消费者青睐，形成了品评和收藏茅台酒的热潮。