

## 商务部发文鼓励商场“开网店”

■ 沈玮青 林其玲

商务部日前发布《关于促进电子商务应用的实施意见》(以下称《实施意见》),其中提出十项措施助力电子商务企业发展。其中提出,到 2015 年,要使我国电子商务交易额超过 18 万亿元。

### 将组织电商做网上促销

《实施意见》表示,要坚持以市场为导向,以企业为主体,运用市场机制优化资源配置,制定本地区电子商务发展政策,重点发展零售、跨境贸易、农产品和生活服务领域电子商务。

而对于近年来日益成为网购“试衣间”的百货商场等传统零售企业,商务部鼓励它们“开网店”,实现线上线下资源互补和应用协同。

商务部新闻发言人沈丹阳此前表示,“双 11”期间不仅网络零售业绩喜人。《实施意见》中肯定了“双 11”这类促销方式,称将组织电商和传统零售企业开展以促进网络消费为目的的各类网络购物推介活动。

《实施意见》中还提出,对生产企业和外贸企业,特别是中小企业利用跨境电子商务开展对外贸易提供必要的政策和资金支持。国家还将鼓励电商企业(包括第三方电子商务平台,融资担保、物流配送等各类服务企业)“走出去”,在境外设立服务机构。

### “电商基础设施最需扶持”

电子商务发展近年来突飞猛进。2012 年,我国电子商务交易总额突破 8 万亿元,同比增长 31.7%。

易观国际分析师李智表示,按照电子商务正常的发展速度,不需要政府的扶持,到 2015 年也能实现 18 万亿的目标。李智认为,目前电子商务最需要扶持的是基础设施,尤其是物流和人才培养,这两块是中国电子商务最大的短板。其次,政府应该规范成熟电子商务企业的运营,包括售后服务,以及税收体系。

也有业内人士担忧,政府的扶持可能也会带来反作用力。对此,李智表示,当管则管,不当管则放手。比如成熟的电子商务企业和行业,政府应当监管进行规范,提高买家的购物体验;但对农产品等在电子商务刚冒头的领域,就应该大胆放手,让企业自己去摸索发展。

## 苏宁明年将启用 O2O 模式销售

■ 祝剑禾

靠销售空调起家的苏宁,每年年末的空调集中采购都会成为来年国内空调市场的风向标。26 日,苏宁宣布一次性采购 1000 万台空调布局 2014 年的空调市场,并且将借助线上线下融合的 O2O 模式来提升空调购买体验,加大空调的销售推广力度。

此次苏宁 1000 万台的空调大单采购当中,采购品牌包括美的、海尔、海信科龙、惠而浦、奥克斯、志高、三菱重工等十多个国内外主流品牌,其中,美的、海尔、海信科龙、惠而浦等品牌的采购量均超过百万台。

伴随着互联网战略转型,苏宁表示将在 O2O 线上线下双线融合的新模式下布局 2014 年的空调销售。苏宁总裁金明介绍,今年上半年苏宁易购大家电增速提升到 200%,其中空调增长略高于大家电整体的增长水平。而在线下门店部分,金明介绍,截至 11 月中旬,国内已经有超过 1400 家苏宁门店完成了苏宁易购直销区的建设,并实施了免费 WiFi、电子价签、虚拟货架等一系列互联网化改造,在苏宁超级店、地区旗舰店的核心门店,将支持和推进空调品牌专厅的升级换代、优化产品体验,给空调厂商提供最好的品牌塑造和品牌提升的平台。

此外,苏宁表示将从 11 月 29 日起,在苏宁门店及苏宁易购开展以空调为核心、兼顾其他品类的“万人空巷/万人在线抢家电”低价促销活动。届时,1.5 匹冷暖空调和 1.5 匹变频空调将跌破 1800 元和 2200 元的市场坐标价格。苏宁称将联合各大空调品牌全力冲刺今年的收官之战,预计将达到 20 亿元的销售规模。

国药准字H46020636

**快克**

复方氨酚烷胺胶囊

请在医生指导下购买和使用

海南亚洲制药有限公司生产

海南快克药业总经销

### 营销实战

## 承德露露摘下央视“标王” 豪赌营销能否终成赢家

“标王是谁?”

2014 年央视广告招标喧嚣已散,人们心头的疑惑却未解。在 11 月 18 日现场招标结束后的次日,有消息称,承德露露凭借 6.7 亿的总中标额登顶标王,相当于其利润的数倍。

■ 王若静

“难以置信,露露拿净利润几倍的钱来投央视广告,是疯了吗?”北京一食品饮料行业研究员对记者称。在 11 月 18 日现场招标结束后的次日,有消息称,承德露露凭借超过 5 亿的总中标额登顶标王。随后几日,各路广告代理公司传出来的信息更是直指,承德露露的总中标金额为 6.7 亿,相当于其利润的数倍。不过,24 日承德露露分管销售的副总经理左辉告诉记者,“有部分小公司的中标额合并到露露里面了,公司此次的中标金额应该达到 6 亿。”

### 动态 露露摘央视“标王”

11 月 18 日,2014 年“中央电视台黄金资源广告招标大会”在北京梅地亚中心举行,各路豪门云集。相熟的券商研究员向记者介绍,往年争夺热烈的火爆场景并没有重现。更让市场意外的是,今年央视首次不主

### 学习贯彻十八届三中全会精神

## 兴隆庄矿“三结合”活学活用

临近年终岁尾,兖矿集团兴隆庄矿积极引导广大干部职工把思想统一到党的十八届三中全会精神上来,统一到两级公司决策部署上来,统一到安全生产目标上来,明确发展任务,凝聚干群合力,为确保实现第 12 个安全年目标创造良好环境。

该矿把学习党的十八届三中全会精神与思想教育引领相结合,把学习十八届三中全会精神作为当前和今后一个时期的重要工作来抓,并深入贯彻落实好,细化安排,按重点、分层次、有步骤组织开展学习贯彻活动,利用广播、电视、网络、大屏幕等宣传阵地,开设专栏、制作专题,及时报道全矿各单位学习宣传贯彻的十八届三中全会的好经验、好做法、好典型。结合党的群众路线教育实践活动,组织开展专题学习、

### 营销经典

## 携程借《爸爸去哪儿》进军亲子游市场

近日,在线旅游巨头携程旅行网与湖南卫视达成合作,成为《爸爸去哪儿》“亲子旅行合作伙伴”,针对国内家庭旅游者开发产品进军亲子游市场。业内人士称随着我国家庭结构和消费方式的变化,亲子游市场是新的蓝海,携程这样极具产品研发与服务能力的在线旅游巨头进入,将对市场产生积极刺激效应。

明星亲子真人秀《爸爸去哪儿》的连锁效应已经波及拍摄目的地、景点、旅行社等旅游市场。此前并没有传出节目组与旅游企业合作的消息,但记者在携程旅游频道发现,携程已成为《爸爸去哪儿》“亲子旅行合作伙伴”,并推出了合作活动页面,已有多条产品上线,包括北京灵水村、宁夏沙坡头、云南普者黑、山东威海荣成等。在节目中出现的清沙、观赏天鹅湖、入住彝族乡村客栈等元素也出现在旅游产品中,可以说是“跟着节目去旅行”。此外,携程还为 3-4 岁、8-16 岁等群体推出了境内外数十条亲子、游学产品。

携程相关人士证实,确实与湖南卫视以及栏目组达成合作推出相关产品。节目最后两期外景地产品也即将推出。此外,还包括节目中的植入、湖南卫视移动端呼吸的互动合作等。双方还在商讨进一步的合作方式,暂不适合透露。“湖南卫视跟我们合作,因为携程九千万会员比较符合亲子游目标人群,携程的营销推广能力和产品创新能力也都是他们看中的。双方希望合作掀起一波亲子游热潮。”

随着节目收视火爆,《爸爸去哪儿》赞助身价水涨船高,此前业内盛传 2.52 亿天价冠名被湖南卫视否认,最近有报道称,

动公布招标总额、成交额,只宣布招标总额较 2013 年有所上涨。

尽管秘而不宣,市场“挖掘”标王的热情并未减退。11 月 19 日有消息称,某央视广告代理公司负责人透露“露露总中标额排名第一,超过了 5 亿元。”随后,多家广告代理公司陆续在网络上宣称,2014 年央视招标中标金额“三强”分别为承德露露(6.7 亿)、美的(3.8 亿)、宝迪(3 亿)。承德露露摘得“标王”的消息由此不胫而走。

### 疑问 投入相当于利润数倍

“不可能,我可以打赌,露露不可能成为标王!”听闻此消息后,持续跟踪公司的北京一食品饮料行业研究员一副惊讶的神情。

2011-2013 年,央视标王分别为剑南春、茅台、蒙牛,总中标金额为 6.03 亿、4.43 亿、2.3 亿。在研究员看来,承德露露和上述企业不是一个重量级别,“他们如果是富豪,露露充其量就是一个中产。”

### “大讨论”活动,立足本职、立足实际,专题

研讨党的十八届三中全会精神的新思想、新观点、新论断,切实把思想和行动统一到中央关于全面深化改革的重大决策部署上来,坚定改革的信心和勇气。

该矿把学习党的十八届三中全会精神与打好年底安全生产攻坚战相结合,深入开展安全宣传教育。积极推进安全警示教育 and 事故案例教育,严防思想麻痹和“三乎三惯”行为。严抓全员安全学习培训,突出加强“五五”风险评估,严格安全不放心人排查管理,严禁安全不放心人上岗作业。强化责任落实和考核问责,严格落实领导班子分工负责制、部门业务保安责任制和岗位安全生产责任制,加大监督考核力度,突出安全一票否决,对各类安全不良苗头和

### 零打碎敲事故一律按上限升级处理,从源

头上控制和消除隐患。

该矿把学习党的十八届三中全会精神与矿井当前形势任务相结合,深入开展“战

年终、严整治、除隐患、保发展”和“立足新起点,定位新目标,再创业绩,全力推动

安全生产持续稳定发展”的“三新一稳”的主题教育,引导广大干部职工战危机、渡难关、保增长、促发展。持续浓厚“十大清理十大提升”宣传教育氛围,积极引导干部职工弘扬艰苦奋斗传统,树立勤俭节约理念,严格落实“十个严控、十个一律”措施,切实抓好降成本、降消耗、降支出等方面的宣传报道,努力向管理要效益,向降本降耗要效益,向深挖内潜要效益,推动矿井在逆境中实现高原高效发展。

(谢红玲)

传说中的新晋央视标王,真是承德露露吗?11 月 20 日,记者联系上了承德露露分管

销售的副总经理左辉。他似乎刻意回避“标王”这一称号,“6.7 亿元的数据也不全是公司的,我们都是与广告代理公司签合同,为了核算方便,有些名气较小公司的中标额也

以同在 A 股上市的贵州茅台作比,尽管今年行业进入严冬,前三季度茅台仍揽得 219.4 亿、110.7 亿的营收和净利。反观承德露露,今年前三季度公司营业收入、净利润增速达到 24%、63%,但具体的数值分别为 20.3 亿、2.7 亿元。从手上的货币资金来看,贵州茅台坐拥 220 亿的现金,而承德露露仅有 4.6 亿元。

也就是说,承德露露仅在央视的投入,就几倍于公司的净利,而且能掏空所有的现金家底,更别提公司在各大地方卫视还有密集投

放。据了解,自去年二季度开始公司内部开展了声势浩大的营销改革,表现为:销售人员奖金全面与业绩挂钩,能者上、弱者下;整合经销商,扩大经销区域,理顺价格体系,保证经销商利润空间;增加销售人员,提高销售费用。北京一家大型经销商也向记者透露,“公司内部运作机制发生了很大的变化,极大地调动了大家的积极性。以前大股东万向三农集团收购露露后,一直计划包装之后卖掉。从前年起决定不卖了,开始往大了做。因为它看到了露露能带来盈利,这几年露露创造了超出预期的利润。”

有市场人士揣测,近些年大股东从人力、财务等方面支持承德露露,在广告投入方面万向可能也有所资助。

采访中,有承德露露的部分股东倒是表现出担忧,“广告投入远远超过净利润,这么大规模轰炸的营销,能不能赌得赢?除了短期内做大收入的数字,能不能赚到真金白银?”

记者注意到,承德露露登顶央视标王的消息并未给股价注入强心剂,招标结束后的 4 个交易日股价并没有明显上涨,这也印证投资者对其高额广告费的担忧。

### 回应 明年会有大动作

赤峰商贸城:践行“中国梦”构建百年基业

中国梦,就是要实现国家富强、民族振兴、人民幸福,实现中华民族的伟大复兴。内蒙古赤峰商贸城的奋斗足迹正践行着伟大的中国梦:赤峰商贸城立志做百年企业,引领行业发展,以云计算智能化电子信息平台为支撑,做国内最大实体电子商务平台,集电子商务、第三方仓储、第三方运输、第三方结算的全功能现代化物流综合体,为加快地区的商品流通,活跃城乡经济,提高就业率、带动区域经济发展做出了极大的贡献。

该公司的总经理贾增民更是一位中国梦的实践者和推动者。大学毕业后,贾增民辞职创业,创建了赤峰祥云物美经贸公司,他把传统的商业企业办成了批发兼配送的物流企业,这种方式被迅速复制传播,广泛应用,实现了由店铺向现代企业的成功转型。公司本着用人、育人、成就人的原则,执行正规的岗前培训、和岗位教育考核,使每一位员工具有高素质、高技能,从而更好的体现自我价值和自我提升。公司自称赤峰地区副食品流通行业的“黄埔军校”,很多该行业老板都来自该公司。该公司先后安置近百人就业,经济和社会效益显著,为社会做出了积极贡献。

2010 年,贾增民与他人合资组建赤峰商贸城项目的建设及运营,该项目位于赤峰市红山物流园区中心位置,是投资于商业地产、现代仓储、物流、金融服务等领域的大型企业,与商务部合作,签订战略合作协议,联合建设大型商品交易网,创办中国最大的实体电子商务平台。

赤峰商贸城以地区市场需求和行业的发展趋势为导向,致力于探索独特行业的发展模式,不断创新,走出了一条边规划,边建设,边扩大,边提升的建设的思路,该公司正式运营后,是地区发展的一个推动力量,是经济增长新的一级,向社会提供很多的就业机会,提供更多创业商机。

拥有赤峰市政协委员、赤峰市非公制经济发展带头人、内蒙古工商联执委、赤峰市青年企业家协会副会长等头衔的贾增民,站在新的起点上,以科学发展观为指导,规划着企业的发展宏图。把赤峰商贸城做成一流企业,走出国门,迈向世界,做百年企业,这是贾增民的创业梦想,也是他和企业践行中国梦的路径。

(高艳庆)

合并到露露上了。”

左辉对记者表示,目前在外出差,还没有仔细核算过中标额,“应该是超过 6 亿了”。他强调,“今年投得比较多,也是根据市场情况,原则上是根据销售收入的增长来定的。明年会有大动作,想在终端上进一步做细、做强。”

### 纵深 豪赌营销能否成赢家

即便如左辉所言,承德露露广告投放与销售收入增速保持一致,2014 年公司央视投放超过 6 亿显然偏离了目前营收增速两成多的既定轨道。那么,露露谋划的终端“大动作”究竟是什么呢?

据了解,自去年二季度开始公司内部开展了声势浩大的营销改革,表现为:销售人员奖金全面与业绩挂钩,能者上、弱者下;整合经销商,扩大经销区域,理顺价格体系,保证经销商利润空间;增加销售人员,提高销售费用。北京一家大型经销商也向记者透露,“公司内部运作机制发生了很大的变化,极大地调动了大家的积极性。以前大股东万向三农集团收购露露后,一直计划包装之后卖掉。从前年起决定不卖了,开始往大了做。因为它看到了露露能带来盈利,这几年露露创造了超出预期的利润。”

有市场人士揣测,近些年大股东从人力、财务等方面支持承德露露,在广告投入方面万向可能也有所资助。

采访中,有承德露露的部分股东倒是表现出担忧,“广告投入远远超过净利润,这么大规模轰炸的营销,能不能赌得赢?除了短期内做大收入的数字,能不能赚到真金白银?”

记者注意到,承德露露登顶央视标王的消息并未给股价注入强心剂,招标结束后的 4 个交易日股价并没有明显上涨,这也印证投资者对其高额广告费的担忧。

## 赤峰商贸城:践行“中国梦”构建百年基业

中国梦,就是要实现国家富强、民族振兴、人民幸福,实现中华民族的伟大复兴。内蒙古赤峰商贸城的奋斗足迹正践行着伟大的中国梦:赤峰商贸城立志做百年企业,引领行业发展,以云计算智能化电子信息平台为支撑,做国内最大实体电子商务平台,集电子商务、第三方仓储、第三方运输、第三方结算的全功能现代化物流综合体,为加快地区的商品流通,活跃城乡经济,提高就业率、带动区域经济发展做出了极大的贡献。

该公司的总经理贾增民更是一位中国梦的实践者和推动者。大学毕业后,贾增民辞职创业,创建了赤峰祥云物美经贸公司,他把传统的商业企业办成了批发兼配送的物流企业,这种方式被迅速复制传播,广泛应用,实现了由店铺向现代企业的成功转型。公司本着用人、育人、成就人的原则,执行正规的岗前培训、和岗位教育考核,使每一位员工具有高素质、高技能,从而更好的体现自我价值和自我提升。公司自称赤峰地区副食品流通行业的“黄埔军校”,很多该行业老板都来自该公司。该公司先后安置近百人就业,经济和社会效益显著,为社会做出了积极贡献。

2010 年,贾增民与他人合资组建赤峰商贸城项目的建设及运营,该项目位于赤峰市红山物流园区中心位置,是投资于商业地产、现代仓储、物流、金融服务等领域的大型企业,与商务部合作,签订战略合作协议,联合建设大型商品交易网,创办中国最大的实体电子商务平台。

赤峰商贸城以地区市场需求和行业的发展趋势为导向,致力于探索独特行业的发展模式,不断创新,走出了一条边规划,边建设,边扩大,边提升的建设的思路,该公司正式运营后,是地区发展的一个推动力量,是经济增长新的一级,向社会提供很多的就业机会,提供更多创业商机。

拥有赤峰市政协委员、赤峰市非公制经济发展带头人、内蒙古工商联执委、赤峰市青年企业家协会副会长等头衔的贾增民,站在新的起点上,以科学发展观为指导,规划着企业的发展宏图。把赤峰商贸城做成一流企业,走出国门,迈向世界,做百年企业,这是贾增民的创业梦想,也是他和企业践行中国梦的路径。

(高艳庆)

### 遗失启事

杨德钢先生死亡火花证明书(号码:024970)及发票遗失,声明作废。