

6 品牌营销 Brand Marketing

探《超验骇客》首映礼：
华晨汽车创新营销再度发力

2014年3月31日，备受瞩目的好莱坞年度科幻巨作《超验骇客》将在北京朝阳798艺术区举行盛大的首映礼——德普“V5”中国梦之行。首映礼由影片官方指定唯一汽车合作伙伴华晨汽车全程赞助，华晨汽车以创新营销模式与好莱坞巨制全面携手成为媒体关注的焦点。

华晨汽车相关负责人接受采访时表示，本次与《超验骇客》首映礼全面而深入的合作，是华晨汽车探索娱乐营销的又一次尝试，未来华晨汽车还将借助具有国际影响力的影视作品，向全球消费者展示其创新的汽车工业科技和自主高端的品牌魅力。据悉，影片上映期间，华晨汽车还将围绕《超验骇客》授权元素举办形式多样的试乘试驾活动，有兴趣的朋友可以留意品牌相关信息。

作为一部广受全球观众追捧的超级英雄系列电影，《超验骇客》由好莱坞两大影业巨头美国华纳兄弟和美国艾肯娱乐联手打造，由杰克船长约翰尼·德普与蝙蝠侠缔造

者克里斯托弗·诺兰首次联袂，定于2014年4月18日在美国、中国等多个国家同日上映。故事讲述的是由因为设计史上最人性化的机器人而一举成名的威尔，在遭遇反科技极端分子刺杀的过程中变成了一名超越肉体依托互联网存在的“超验骇客”，无所不能却不被理解。从目前曝光的幕后花絮中，我们能够看到片场大量的枪支及子弹装备，在之前发布的电影预告片中，我们也看到了枪战、爆炸、世界大战等不同凡响的场景画面。从这两点可以推测，《超验骇客》中将会出现诸多动作大戏和精彩的大场景。

为了呈现人类第一位智能永生人引发的人类大战，《超验骇客》耗资1亿美金，在大银幕上首次展现了德普变身智能人的全过程和变身爆发的人类战争的宏大场景，影片再一次带领观众体验工业科技带来的惊喜。在首映礼上，来自中国自主品牌华晨中华旗下首款都市SUV中华V5也将震撼登场。虽然华晨旗下中华品牌汽车并未



在影片中出境，但在首映礼上中华V5可谓出尽风头，除了约翰尼·德普乘坐中华尊入场之外，出席首映礼的其他明星都将乘坐中华V5到达现场。

中华V5凭借其优雅的流线设计和澎湃的动力受到都市精英族群的青睐，3月份正式登陆俄罗斯市场。近几年来，在与德系豪华品牌宝马的合作中，华晨中华的造车技术

日臻成熟，旗下多款车型在市场竞争中表现出色，中华品牌已经成为最具“高端国际范儿”的自主品牌代表。本次华晨汽车与《超验骇客》的联姻，是突破传统营销模式的又一力举，后续华晨汽车将运用更多的创新营销手段，以卓越的眼光和划时代的营销模式立足飞速发展的汽车行业。（索洁）

北重集团特种模具钢产品试水江浙市场

3月31日，北重集团技术、营销专家团队走进浙江省永康市精益热处理有限公司神州模具城，与200多位模具制造精英一起研讨特殊钢模具技术。

会上，北重集团授予了精益热处理公司为永康地区模具钢产品总经销商，这也是该集团在金华地区首次试水模具钢产品。精益热处理公司总经理梅建豪说：“此次北方重工业材料和精益热处理的联合，是对‘优质材料+专业处理=高品质产品’的最好诠释。”

对于这次的成功联姻，北重集团特殊钢分公司副总经理叶长久说，我们主要是看中了精益热处理公司对特种钢材的热处理技术，好材料要有好技术才能充分发挥其最佳性能，该公司专注热处理已有15年之久，十分专业。”

在当天的研讨会上，各模具制造精英分别就模具材料质量的提升、模具钢的替代与发展、真空热处理提高模具寿命的有效性和可操作性等技术性问题进行了深入交流，实现了资源共享。（赵亚男）

索芙特 1.1 亿备战网络营销，重金豪掷世界杯

尽管距离世界杯还有2个多月，各大品牌已经开始摩拳擦掌准备展开一场营销大战。日前索芙特爆出消息，他们将投入1.1亿重金用于网络互动营销，并与腾讯等多家互联网巨头签订了战略合作协议，并以4500万高额投放世界杯赛事营销。一系列举动不禁引发揣测：当年豪掷千金的索芙特又回来了？

网络世界杯时代，索芙特聚焦互联网迎突破

据调查，86.1%的人倾向于通过互联网观看世界杯，比四年前的数据翻了一倍。由于时差原因，2014巴西世界杯直播时间恰好在我国凌晨时段，中国球迷多选择次日通过网络回看精彩赛事，本届世界杯成为名副其实的“网络世界杯”。

而索芙特此次豪掷1.1亿主攻网络营销，并在世界杯期间豪掷4500万。据悉，索芙特与腾讯等多家互联网巨头签订战略合作协议，包含腾讯巴西世界杯期间冠名赞助、网络互动等多项内容。而此前，腾讯已吸引了本田等广告大户签订了重量级的世界杯专项合作协议。

重塑功能性领导品牌动作频频，索芙特宣告王者归来

索芙特此次如此大规模集中世界杯网络营销并非偶然。索芙特早已与搜狐等媒体签订合作协议，而早前签约香港著名男星古天乐作为代言人，并革新升级三大产品线，均透露出索芙特重塑辉煌的雄心壮志。由此看来，索芙特欲重归中国日化第一阵营，塑造功能性个人护理第一品牌的发展战略已经渐上日程。强势进行网络营销，聚焦世界杯，究竟是不是精心布局下的回归宣言？索芙特到底还会有何后续动作？我们将拭目以待。（四川新闻网）



“2014 真皮标志大会暨时尚峰会”在京召开

康奈皮鞋和皮具均获设计金奖

■ 潘客 迦兰 本报记者 何沙洲

近日，中国皮革协会主办的“2014 真皮标志大会暨时尚峰会”在北京召开。大会表彰了“2013 年度真皮标志管理奖”获奖企业，“真皮标志杯”中国皮革制品设计大赛金奖鞋类组获奖企业、箱包组获奖企业，康奈集团有限公司均榜上有名。据悉，康奈集团有限公司是今年唯一一家同时获得鞋类组和箱包组“真皮标志杯”设计大赛金奖的企业，也是浙江省唯一一家获得“2013 年度真皮标志管理奖”的鞋企。

中国皮革协会负责人称，今年是“真皮标志”实施20周年，20年来，真皮标志企业本着为消费者提供更好服务的理念，通过不断的历练取得了长足发展，从最初只

有43个品牌，到目前已经形成了凝聚515个品牌的优秀群体。从强调原材料的真皮保证，到所用材质的源头监管；从强调品质，到赋予产品诚信、环保、品质、时尚的丰富内涵；从国内实施，到完成国际18个国家和地区注册，可以说真皮标志的每一步发展都是以为消费者提供更好服务的前提而取得的。

康奈集团有限公司自1994年获得首届“中国真皮标志企业”以来，曾多次获得“真皮标志”相关奖项，公司选送的作品也多次夺得“真皮标志杯”设计大赛大奖，曾创下连续三届蝉联“真皮标志杯”设计大赛特等奖的佳绩。

另讯：3月28日上午，中国轻工业联合会三届四次理事会暨全国轻工行业工作

一汽解放锡柴产品和服务优势赢得用户信任

奥威 11 升机推介活动取得良好效果

3月18日，一汽解放J6暨锡柴奥威(11L)产品推介会在河北邢台举行。周边解放经销商和70多位牵引车用户受邀参加了推介会。推介会上，锡柴厂营销服务人员通过与经销商、用户之间的多向互动，认真听取意见和建议，并郑重作出“精芯服务”的承诺。推介会取得了良好效果，到场的用户进一步了解了奥威重卡更安全舒适、更节油、服务更优的特点，对锡柴产品更加信

任，纷纷表示购买意愿，活动现场就签下了7辆解放J6重卡的订单。

奥威11升发动机是一汽解放锡柴瞄准重卡市场开发的高端动力产品，以其强劲、省油、可靠、舒适、安全等特点与解放J6重卡超强的装载能力和卓越的驾驶性能形成完美组合，自投放市场以来，受到用户的广泛青睐，销量持续攀升。今年以来，为进一步巩固和开拓市场，提升锡柴品牌

的知名度和美誉度，确立锡柴发动机在行业的优势地位，促进锡柴产品销量和份额的有效提升，锡柴厂积极配合解放销售公司做好渠道建设和终端维护，创新产品推介模式，策划在河南、河北、山东等10个省份开展奥威(11L)产品推介系列活动。此次在河北邢台举行的首场推介会取得良好效果，为整个系列活动的成功开展奠定了基础。（鲍贵林 徐歆）

赤峰平煤投资公司党政领导
聚焦“四风”深入群众 吸纳意见 解决问题

聚焦“四风”，开门纳谏。4月3日下午，赤峰平煤投资公司党政班子成员来到赤峰元煤矿区物业管理公司组织部分党员、干部、职工、先进人物、离退休老职工、矿区居民代表参加的征求意见座谈会。广泛征集对平煤投资公司党政班子在“四风”等方面存在的问题以及对教育实践活动、公司科学管理和发展等方面的意见和建议。

参会人员就平煤投资公司党政领导深

入基层、调查研究、聚焦“四风”，广泛听取群众意见的做法表示一致赞赏。大家各抒己见、畅所欲言，围绕教育实践活动的主题，结合元煤矿区物业管理公司和矿区百姓生活实际，从工作作风转变、医院机制体制改革、医疗救治、空巢老人救助、矿区基础环境建设、棚户区改造、矿区空气污染等9个方面问题上，畅谈各自的想法，提出了意见和建议。大家纷纷表示，开展党的群众路线教育

实践活动中，平煤投资公司聚焦作风建设，着眼解决“四风”问题，关注民生，切入点找得准，希望老百姓关心的热点难点问题尽快得到妥善解决。

赤峰平煤投资公司党政领导在认真听取参会人员发言后表示，大家对平煤投资公司的工作给予积极评价，提出的意见和建议让我们深受启发，对我们搞好这次教育实践活动很有帮助。我们将把大家的意见建议进

亚宝塑料瓶获美国 FDA
颁发的 Type III DMF 号

2014年3月，亚宝药业收到了美国FDA发来的给予公司生产的塑料瓶DMF号的信件，亚宝塑料瓶Type III DMF号为27957。获得美国FDA给予的产品DMF号。亚宝药业的塑料瓶可被探讨制剂产品进入美国市场的厂家所引用以支持其制剂产品在国外的申报。亚宝塑料瓶车间，可年产1亿只药用塑料瓶，2.9亿只瓶盖和10亿铝塑复合垫片，已通过山西省食品药品监督管理局2010年新版GMP的现场检查，所生产的产品质量标准符合2010版中国药典和美国USP的要求。

药包材DMF属于美国FDA的III型DMF注册，各种类型的制剂(如注射剂、滴眼剂、口服药、鼻喷剂、吸入剂、局部给药制剂等)的包装材料都可以以递交DMF文件的形式在FDA注册。持有FDA给予的DMF号可以在药包材企业的竞争中被制剂客户优先考虑而获得竞争优势。同时，取得药包材注册登记号的企业和其产品均会在FDA网站上公示，并且可以按照注册企业的要求随时更新内容，以吸引更多的制剂客户共建合作发展关系。（李海珍 乌云娜）

玩转“娱乐营销”
雨洁公司押宝央视

在这个娱乐至上的年代，如果不通过娱乐增加与消费者间的交流，不玩点“娱乐营销”，那企业的未来梦极可能被社会前进的车轮碾碎。当然，优质的高人气电视栏目只会与实力强劲的广告商绑定，比如曾经的蒙牛酸酸乳《超级女声》、加多宝《中国好声音》等。

对广大民族品牌而言，具体则要求企业不仅敢玩，更要会玩。就像雨洁押宝央视一套《出彩中国人》栏目，看似鲁莽的行为后有着缜密的战略思考。首先是栏目宗旨与企业理念的匹配，《出彩中国人》力图展示平凡中国人的精彩，其次是栏目受众与雨洁品牌消费群体高度吻合。

不仅如此，作为央视最大的洗发品牌战略合作盟友，雨洁还与央视八套共同推出“雨洁剧场”，引发民间追剧热潮，称得上真正玩转娱乐营销的行家。

从冠名《天籁之声》选秀到冠名央视八套电视剧剧场，从赞助《非诚勿扰》到携手央视《出彩中国人》，雨洁娱乐营销的雪球越滚越大，运作手段也日臻成熟。通过娱乐营销布局，雨洁真正实现了其产品、服务、品牌与消费者内心深处的感知、感受的完美结合，雨洁强力去屑的品牌形象也由此变得愈加丰富、愈加立体。（法制晚报）



■ 通讯员 周芷伊

“早就听闻我们福建援疆领导和朋友提起新疆第一窖‘古城’品牌具有悠久的历史 and 灿烂的文化，所以，今天我带着亲侄慕名前来，身临其境，果然是新疆白酒行业的佼佼者，品尝之后我感到不虚此行……”近日，新疆第一窖古城酒业有限公司(以下简称：古城酒业)迎来了来自福建省南平市芳香庄园贸易有限公司总经理洪肇成先生和他的侄儿。因慕名古城酒，不远千里谋求合作，共谋商机。

洪肇成先生80年代起经营养殖、种植产业，当时就被福建省南平市评为“农民企业家”。90年代起一直致力于推介新疆各类农产品，脚步遍布新疆哈密、伊犁、和硕、阿克苏等全疆各地，将新疆各种鲜果推介、配送到福建各地，让福建人在品尝甘甜新疆果味的同时，也对新疆各类农产品产生强烈的兴趣和购买欲望。尤其是对来自丝绸之路北道新疆白酒源头的“古城酒”更是青睐有加。据了解，洪肇成之所以会在新疆众多白酒品牌中

选择“古城”酒，是因为对享有600年深厚的古城酒文化和古城酒所具有的粮好(全国百粮大县，原生态，无污染)、水好、工艺好(传统的酿酒工艺)、品质好、技术好、品牌好、运行好的七大优势所吸引。此次，洪肇成先生和他的侄儿先后参观了“新疆第一窖古城酒文化博物馆”、“古城储酒银行”、“酿酒车间”“现代化的包装流水线”等古城酒技艺和文化的展示，参观中还详细了解了古城酒的销售和外地市场的运营情况，在满怀信心中洪肇成和古城酒业达成了合作意向，并计划将在福建南平开设古城形象店，这将是古城酒业继年初在海南旗舰店之后的又一个重要举措。它将为扩大福建市场份额，加快产业步伐升级，延伸疆外辐射，促进福建商贸业发展起到积极的推动作用。

据了解，此次考察洪肇成先生是基于对后辈的事业鼎力，为儿子、侄儿选择优质的新疆产品，让他们在发展中支持新疆产业，为后辈们开创一条可持续发展的光明大道奠定基础。

