

8 市场营销 Marketing

乐清市网络经济工作调研现场会在兴乐召开

市委书记多次为兴乐电商“点赞”

■ 周小敏 本报记者 何沙洲

7月22日,乐清市委书记林晓峰率市商务局、经信局、市场监管局等部门负责人,到兴乐集团专题调研网络经济。兴乐作为“电商换市”典型,其成功经验和做法多次受市领导表扬并在会上予以推介,林晓峰多次称赞兴乐为全市“电商换市”做出了表率,称赞兴乐集团董事长兼总裁虞文品“思维超前”。

在兴乐调研现场,林晓峰首先听取了兴乐集团电商工作汇报。虞文品向领导汇报了“兴乐易购”、“电气材料网”、“山海之味”三大电商平台的运营情况,并与大家分享做电商的心得体会。打开兴乐“山海之味”网上商城,林晓峰还愉快地体验了一次网购。之后,市商务局局长刘翔璋作了全市网络经济工作汇报。

对于乐清如何进一步开展电商换市工作,林晓峰指出:要下决心把网络经济作为“一号新产业”抓紧抓好,大力推进电商换

市,打造网络经济强市!要加快打造网络经济产业园区和产业带,规划培育一批网络经济园,重点建设“一园一带一街”!要全力扶持壮大电子商务主体,大力发展电子商务应用企业、第三方电子商务交易平台、电子商务服务企业!要积极营造良好的网络经济发展环境,深化细化扶持发展网络经济的优惠政策,组建电子商务协会……林晓峰多次以兴乐为例,称赞兴乐得风气之先,推出多个电商平台。在说到要尽快转变电商观念时,他当着与会人员的面表扬虞文品:“你的思维已经超前了。”

当天晚上,由乐清市青年企业家协会主办的《电商换市,我们准备好了吗》主题电商沙龙也在兴乐集团举行。活动开始,林晓峰发表了热情洋溢的讲话,阐述市委市政府对电商产业的高度重视和蓬勃发展的现状、欣欣向荣的前景。林晓峰强调,要积极组建电商联盟平台,加速推进工业化与信息化、互联网与传统市场、线上与线下的融合,再造新型市场优势。不断壮大电子商务主体,打



林晓峰书记(右三)体验网购(摄/金仲祥)

造电商人才队伍。

温州著名经济学家马津龙教授给大家讲述了电商换市专业知识。乐清市商务局解

读当前市电商新政策,银行业高管介绍了银行助力企业电商发展的新政策、新业务,吸引了乐清市众多电商企业参与互动交流。

时装屋广告里的小玄机



日历翻到八月,各大时装屋的秋冬广告大片陆续出炉。乍一眼看去,都是一个或者一群模特,以各种姿势拗造型,年年如此。可专业人士会从那上面看出很多门道:广告大片,远不止视觉享受那么简单,它们是会讲故事、会讲故事的顶尖制作。

模特比明星更红

不论是谁,面对广告大片时首先注意到的都是模特,他们是这一季品牌的“脸面”。

最近几季的趋势是,越来越多的品牌放弃明星,转而邀请模特来拍广告大片。对于模特而言,为品牌拍摄广告成为他们的红黑指数,为哪些品牌拍摄广告大片,拍了多少个广告,都会有不同的分数。这个数字跟他们的走秀分和杂志封面分加在一起,就是模特排名的依据。

这一季的 Burberry 广告,画面中的主角之一是英国超模 Cara Delevingne,对的,就是不久前在上海大秀上,握着伞飞在半空中的那个美女。2011年首次为 Burberry 走秀,此后多次参与 Burberry 广告大片拍摄、走秀及各种品牌活动,是品牌老板兼创意总监 Christopher Bailey 的爱将。另一个女主角是英国名模 Suki Waterhouse,她还为品牌拍摄了一辑香水广告。

Max Mara 对电影明星情有独钟,前两季的广告模特是影后明星詹妮弗·嘉纳,这一季则换成《美国骗局》中的艾米·亚当斯,她成为全新的品牌形象代言人。穿上招牌的驼色大衣,以一头飘逸浪漫的红发与柔美妆容搭配本季主打的墨镜和包款,品牌的整体形象变得更年轻了。

这一季品牌要卖什么

除了塑造形象,广告大片更要担负起促

进销售的重要任务,所以模特身上的每一处细节都值得推敲,大到整套的衣服,小到一副眼镜,都是当季的主打单品。还是以 Burberry 为例,广告重点展示了 2014 秋冬各个系列产品中的男女装风衣、外套和配饰,同时预告了当季的流行颜色和主打面料,甚至还顺便发布了美妆趋势。

Dolce & Gabbana 这一季的广告由品牌设计师之一 Domenico Dolce 亲自掌镜,模特们在仿佛施加了魔法的森林中扮演起超短裙版的中世纪骑士,此外还有公主、西西里女人和市内小贩等角色。宝刀不老的名模克劳蒂娅·希弗在大片中以生动的肢体语言成为绝对主角,而她手里的包包也是当季红品。

摄影师很忙

在模特方面,今年吉赛尔·邦臣取代凯特·摩斯成为广告女王;而在摄影师方面, Mario Testino 依旧是“摄影师里的战斗机”,和以往一样,他一人包揽多个品牌的广告拍摄,比如 Burberry、Stuart Weitzman、Wolford 等等。

本季大家都很期待路易·威登的广告, Nicolas Ghesquière 交出名为“系列一”的作业,这是他与路易·威登的首次广告特辑合

作。大手笔地请来三位世界知名的摄影师,在同一天的同一时间,在不同的场地创作了三组摄影故事。这像是一个混搭系列,也可以看做是摄影师之间的 PK。

让广告成为艺术品

作为当季最重要的形象宣传之一,各家的广告大片都是精心制作的艺术品,从先期创意到后期制作,都是众多专业人士的杰作。

MARELLA 本季的代言人还是米拉·乔沃维奇,品牌先是邀请两位摄影师为她拍摄照片,然后由时尚艺术家 Marcela Gutiérrez 通过插画形式再次予以诠释。

加入 Moschino 后的首个广告大片系列,设计师 Jeremy Scott 玩起另一种风格,由“老前辈”超模 Linda Evangelista、Stella Tennant、Carolyn Murphy 等出镜的黑白大片,她们神一般的表现力让 T 台上浓墨重彩的画面再现。

在 DIESEL 最新一轮的广告大片中,日本知名艺人水原希子担任主角演绎,艺术总监 Nicola Formichetti 提出“新-新古典主义运动”,对古典、数字化和现实进行通俗化的融合,重塑了大量视觉形象。

亚宝药业荣获“制剂国际化先导企业”称号

近日,在第五届中国与世界医药企业家高峰论坛上,由中国医药保健品进出口商会、中国医药企业管理协会联合发布的第三批通过国际制剂认证的企业名单中,亚宝药业榜上有名,荣获“中国医药企业制剂国际化先导企业”称号。

供过于求成常态 把握规律才能赢

红豆产品上半年销售亮点频现

在市场普遍供过于求、利润下滑因素增加的情况下,红豆集团却表现了良好的“抗压”能力,上半年各板块发展良好,亮点频现:红豆轮全钢轮胎销售同比增长 14.4%;红豆服装外贸实现销售利润双增长,销售同比增长 5.4%,利润同比增长 25.8%;红豆男装可比店销售同比增长 23.36%。

红豆集团如何做到逆市“飞扬”的呢?红豆集团总裁周海江说,随着我国市场经济日益成熟,产品供过于求成了一种常态,企业要习惯和适应在这种常态下发展,把握经济发展规律,才能取胜。那种等待市场转好、期望政策拉动的被动思维,是不切实际的,也是不适应市场经济法则的。习近平总书记 7 月 8 日在经济形势专家座谈会时特别强调“把握经济社会发展规律的客观规律”,这对企业而言,把握经济规律至关重要。

不断探索新的商业模式,是红豆赢得市场的一大原因。作为典型的劳动密集型企业,红豆所处的纺织服装、橡胶轮胎行业都供过于求,行业竞争激烈。如何避开大多处于价格混战的惨烈市场竞争,红豆体会是,认清发展形势,把握经济发展规律,在创新上不竭余力,以创新赢得先机。针对近年来服装品牌终端业态快速变化、电商严重冲击、高库存、终端零售业绩下滑严重而导致的关店风潮,红豆男装创新了连锁专卖的模式——加盟联盟新模式,这种模式一方面规避了传统加盟模式的运营弊端,另一方面解决投资者的库存问题,并通过优惠的政策支持,有效管理充分保证投资者的利益!新模式充分发挥了红豆品牌优势、产品优势、服务优势,成为了众多加盟商的投资首选,上半年就签约 167 家,而

且红豆男装各地新开门店,以优质商圈、优质店铺为开店核心,销售业绩上涨快速。另外,品牌集合店——红豆生活馆也将成为红豆服装转型升级的方向。7 月 19 日,1000 多平方米的红豆生活馆烟台店隆重开幕,该店囊括了红豆男装、IDF 女装、红豆居家、红豆家纺、红豆羽绒服、左岸等红豆集团旗下品牌,让消费者一站式体验到红豆的品牌服务和优质产品。红豆生活馆当天开业取得了极大成功,这也将会在整个服装行业起到重大的影响力。配合红豆男装新模式,男装在终端渠道管理,包括推进会员制、视频督导机制、神秘访客机制和名誉店长机制等,还有产品研发等都进行了创新,不断的创新,使红豆男装活力倍增,上半年,红豆男装门店会员新增 17.2 万人,成交笔数同比增长 136.63%,可比店销售累计增长 23.36%。

不断创新新技术,是红豆抢占市场的大利器。7 月 4 日,为期三天的 2014 年“江苏省质量管理小组成果交流会”在常州圆满落幕,经过激烈角逐与公正评审,红豆通用科技的宋有武小组获得了江苏省优秀 QC 小组成果一等奖。随后,红豆通用科技的又一款产品“轻型载重全钢子午线轮胎(轮胎直径 16 英寸)”获得了江苏省高新技术产品认定证书,这也是公司在科技创新方面取得的又一硕果。

上述两个科技奖项,不过是近年来红豆轮胎在科技创新方面获得众多奖项中的两个,今年上半年,通用科技还荣获中国质量协会质量技术奖、轮胎行业领军品牌、通用科技检测中心通过 CNAS 国家实验室认可。

通过不断开发技术新品,使红豆轮胎跨

加 CPHI(世界医药原料博览会)法兰克福展览会。展会后,任武贤董事长参观了德国医药博物馆、德国药典部以及德国 HELM 公司。这标志着亚宝的国际化之路由之前的厂房建设、工艺验证、文件编写到现在的以市场为导向,选择产品、法规注册并开发市

第十五届西博会或将迎来《变形金刚 4》全国收官巡展

■ 周俊

7 月 26 日,四川国际会展有限公司迎来了特别的客人。成都电视台及北京雷禾文化传媒有限公司一行,带着《变形金刚 4》主题嘉年华中国巡展的授权,前来接洽携手本届西博会国际文化展区的相关事宜。

上午,成都电视台和雷禾一行考察了展馆,详细了解了西博会的相关情况,并与组委会相关人员就巡展展区设置相关问题进行了商讨。

据悉,本次巡展中包括由美国国家赋公司、派拉蒙影业授权,将以文化和科技为主题,展出《变形金刚 4》中用于拍摄的 8 米擎天柱、6.5 米大黄蜂、拍摄场景互动等在内的一系列道具和互动游戏,本次拟将第十五届西博会作为本次巡展的最后一站。

活动授权主办单位——北京雷禾文化传媒有限公司系中国本土纪录片产量最大的制作公司,本次巡展全国共设 12 站,之所以选择成都、选择西博会作为本次全国巡展的收官之地,是希望携手西博会这个国际化、专业化、市场化的平台,将今夏最热的“外星”来客与之结合,使展览更精彩,更好看,更好玩。

究竟“外星”展商变形金刚会不会在 10 月下旬来到成都,就让我们拭目以待吧。

大连玉柴能源有限公司组建 推进 LNG 业务

7 月 15 日,“之星船舶”项目合作方玉柴集团、大连因泰集团有限公司以及上海佳豪船舶工程设计股份有限公司相关领导云集大连,召开大连玉柴能源有限公司创立大会暨第一次股东会、董事会以及监事会。

各股东及股东代表就合资公司章程、合资公司董事、监事以及总经理人员方案进行审议,全票通过了公司章程以及各方推荐的董事、监事以及高管人员。同时,会议就其他合资合作和公司运营事项进行了审议。

在第一次董事会上,参会董事全票选举陈启贤为大连玉柴能源有限公司董事长。会议就大连玉柴能源有限公司组织结构、薪酬、管理制度等进行审议。会议还对“之星船舶”LNG 动力标准化绿色船舶示范建造计划进行审议。当天还召开监事会选举了监事会主席和职工监事。此次会议的召开,标志着大连玉柴能源有限公司的正式组建。公司的经营范围涵盖 LNG 动力船舶销售、管理、租赁,国内货运代理,LNG 业务以及相关投资等。公司的组建和运营将使玉柴船电事业和能源战略的发展有了一个全新的平台。(张怡)

场,迈出了实质性的进展。目前,亚宝药业正以国际标准为基础而积极进行国际创新药和仿制药的研发,并开展相关产品的美国 AN-DA 及欧洲 MA 的申报。

(李海珍 乌云娜)



越了行业供不应求的泥沼,形成了自己的竞争优势,有“矿山第一胎”的美誉,像其研发出短途工矿用轮胎,寿命长、抗载能力强、性价比超高,契合矿山及各种混合路面的产品,受到消费者和经销商的一致好评;中长途无内胎产品,通过优化轮胎设计,在中长途无内胎承载能力上实现技术突破,大幅提升其承载性能、耐磨性能、安全性能和环保性能,受到市场青睐。多年来,通用科技承担了多项国家和省级火炬计划,申请并获得国家知识产权局授权专利 90 余项,其千里马商标是中国驰名商标。也正是由于红豆轮胎的技术创新优势,2008 年,金融危机席卷全球,红豆轮胎逆势做强,2011 年底,红豆新的 200 万套全钢子午线轮胎项目正式投产,红豆形成 400 万套子午线轮胎的生产能力,完全达产后红豆轮胎年销售额将超 100 亿元,跃居该行业前五位。还是因为红豆轮胎的技术创新优势,在当前轮胎原材料价格大幅下滑,不少企业开工率不足,中国轮胎行业低迷的市场前景下,红

豆通用科技上半年度全钢轮胎销售同比增长 14.4%,远远好于行业平均水平。

同样,2014 年,红豆外贸也面临着非常严峻的市场考验,但是红豆外贸通过加强团队建设、积极进行大客户管理、开拓重点市场、积极进行新品开发等创新措施,使红豆外贸实现销售利润双增长,销售同比增长 5.4%,利润同比增长 25.8%。

周海江对今后的发展充满信心,他说,中国经济增速放缓,是遵循经济发展规律的体现,企业要做的是加快转型升级,以提升竞争力。他还表示,红豆集团在上世纪 80 年代就提出企业“复苏期形成火候,高潮期抓住不放,回落期未雨绸缪,低潮期捷足先登”。现在正是低潮期,也就是播种的季节,红豆对外将进一步寻找投资机会,加大创新力度,对内做好优化干部、优化考核、优化项目,以抢抓发展机遇,早日实现“千亿红豆、美丽红豆、幸福红豆”的目标。

(宏清 秋枫)

(高艳庆)