

匹克启动里约奥运营销战略 剑指全球市场

一直以来,奥运会都是各个企业争夺国际资源的必争之地。虽然距离2016年里约热内卢奥运会还有两年的时间,但国际运动品牌匹克已经抢先一步。11月2日,在泉州市人民政府、常务副市长林伯前先生的见证下,匹克与乌克兰国家奥委会达成战略合作伙伴关系,正式启动2016奥运会营销战略。与此同时,前往欧洲的匹克体育CEO许志华也借此机会开拓欧洲市场,与波兰代理商正式签署代理合同,加深在欧洲的进一步市场布局。

签约乌克兰奥委会 启动里约奥运营销战略

从2008年北京奥运会,匹克便开启了奥运发展计划,通过伊拉克奥运代表团在奥运赛场上崭露头角。此后匹克奥运战略不断升级,伦敦奥运会上匹克赞助七支国家奥运代表队,匹克之队共拿下了8枚金牌、3枚银牌和8枚铜牌。而2016年里约奥运会,匹克则有着更远的目标。“未来两年内,匹克将在里约奥运会之前争取签下10个国家奥运代表团,力争让他们穿着匹克战服在赛场上创造辉煌。”匹克体育CEO许志华说道。

此次与乌克兰奥组委的合作,便是匹克里约奥运会战略布局的第一步。“乌克兰是欧洲大国,其体育人口比例也很高,是欧洲的体育强国之一。虽然作为独立国家仅参加了五届奥运会,但已取得了34枚金牌的不俗战绩。其擅长的足球、体操、射击等项目,更是奥运会的焦点项目。通过这支代表队,匹克能更好地展示自己的品牌精神。”许志华说,“而一个体育强国能主动寻求与我们品牌合作,也是对匹克产品、品牌以及发展战略的极大认同。”



其实,此次双方的合作得力于匹克常年在欧洲市场的积累与拓展。在乌克兰人口密集城市,已有超过10家平均面积在200平方米左右的匹克专卖店,年销售额达到几百万美元。谈到这次双方的合作,乌克兰奥委会副主席Ravil Safiulin也表示非常的满意,“之前就已经对匹克有了一些了解。这次南京青奥会上,更是与匹克加深了认识,并最终一拍即合。匹克在乌克兰具有很好的品牌影响力,其产品的质量、科技都属于世界一流。这让我们和运动员对于匹克能有很好的认同。我也听说过‘匹克冠军定律’,希望匹克也能为我们带来好运,在2016年的奥运会上帮助我们取得更多的奖牌。”

未来,匹克的奥运策略升级将不仅限于签约更多的国家代表队,还将通过顶级体育资源,整合优质的全球平台,进行立体的营销方式,使营销资源更直接为销售服务。此次匹克与乌克兰奥委会合作,除提供领奖服、比赛服等常规方式外,还将结合乌克兰特色,与乌克兰奥委会联合开发更多的奥运限量服装,以此促进在乌克兰当地的销售和品牌塑造。“这些海外资源的赞助不仅仅是在品牌层面上的投入,也将通过有效的运用,达到促进海外市场的目的。”许志华介绍道,“除了加深运用外,匹克也将更加注重奥运营销资源的质



体育营销为海信“出海”铺路

北京时间11月3日凌晨,F1美国站在奥斯汀赛道落幕。中国品牌海信(HISENSE)首次将LOGO印在路特斯(Lotus)车队赛车上,随着车队成绩的提升,成为赛道上一抹亮丽的中国元素。据了解,近年来,海信大力发展体育营销,澳门网球场、德甲沙尔克04球队、F1赛事等,都将在下半年集中“爆发”。

此前曾有报道称,海信在体育营销方面“投入不菲”,但收益更多。“仅澳门一项的投资就数千万,但每年在全球可曝光6亿次。”海信的体育营销精神可谓“深入骨髓”,日前,

在其内部运动会上,还有来自9个国家和地区的外籍运动员前来竞技。

市场规模也在随着知名度同步提升。据最新海关数据,今年1-9月,海信电视海外市场品牌收入同比增长110.8%,品牌占比达到59.4%;品牌销量同比增长150.8%,品牌占比达到53.8%。此外,海信冰冷产品也同比提升18.4%,继续蝉联出口第一座次。目前为止,海信也是国内唯一以自主品牌入驻百思买、costco、沃尔玛等国际连锁渠道商的家电品牌。(中国新闻网)

王晓光 调研茅台示范镇建设

10月28日下午,贵州省委常委、遵义市委书记王晓光莅临遵义市,就茅台示范镇建设及文化旅游产业发展情况进行专题调研。

遵义市委常委、秘书长宋晓路,市委常委、政法委书记、副市长王祖彬,副市长刘兴万参加调研;贵州省政协副主席、茅台集团党委书记陈敏,遵义市委常委、仁怀市委书记张皓皓,仁怀代市长梁铮,市政协主席赵洪,厂市领导房国兴、姜世甫、王照达、杨炯、陈魁、王强、张家齐陪同调研。

王晓光先后前往茅台镇入口牌坊、环茅路、滨河路、茅台大酒店、杨柳湾街等建设工地,实地查看工程进度、风貌改造、景观打造等情况,详细了解项目建设及工作中遇到的困难。随后,王晓光主持召开座谈会,进一步听取遵义市及茅台集团关于茅台示范镇建设、茅台酒厂生产发展、文化元素挖掘打造、旅游开发等情况汇报。

张皓皓表示,遵义市始终坚持提升设计、项目带动、引资助推、文化引领的工作思路,将“五位一体”有机结合,扎实有序推进茅台示范镇建设及文化旅游产业发展工作;始终坚持注重文化旅游开发运营;盯牢遵义第四届和全省第十一届旅发大会目标,高端定位文化旅游产业发展思路,加快茅台示范镇项目建设,高标准打造一批精品,升级文化旅游

产业打造全景域旅游。

王晓光指出,要强化两条底线抓发展,以茅台镇为突破口,围绕酒文化、茅台集团做文章,将观念理念、工作重心转变到以酒为主,文化、旅游、商贸、物流多元化发展;从实际出发,解决好群众切身利益问题,把矛盾化解在萌芽状态。

王晓光要求,进一步深化规划,围绕核心区实现重点突破;要充分彰显、弘扬茅台古镇的历史文化,把三渡赤水渡口作为一个重要节点突出抓好,因地制宜、精细化做好街道局部小品绿化;要做到建管并重,以管为主,强化城市管理理念;要做到疏堵结合,以疏为主,引入便捷、环保的公共交通体系;要做到教罚并重,在做好对群众宣传教育的同时,加强监督处罚力度;要着眼全国、着眼全省,看到差距,学习借鉴省内外、国内外其他小城镇建设的成功经验。

王晓光强调,强化党建抓作风,认真落实党风廉政建设主体责任;守住廉洁底线,培养一支想干事、敢干事、干净干事的干部队伍;坚持茅台示范镇建设的目标不变、标准不降,严格把握时间节点,全力推动项目建设;茅台集团要做好白酒品鉴、国酒文化旅游等相关项目;加强厂市联系、厂市共建,确保明年5月前完成重要街区、景观节点及重点项目建设。(华文)

兖州煤业 入榜全球能源企业250强

在再获国家质量奖后,兖州煤业又入榜全球能源企业250强,分别荣获全球能源企业亚洲增速最快企业第17名、全球能源企业亚洲250强第65名、全球能源企业250强第199名共三项殊荣。

10月28日,兖州煤业股份有限公司总经理尹明德在新加坡出席2014年度普氏全球能源企业250强颁奖典礼。在今天的榜单中,兖州煤业、中石化、中石油、神华集团、华能电力等多家知名中国企业上榜。兖州煤业表现抢眼,普氏能源全球总裁拉里·尼尔为尹明德颁奖。

普氏能源资讯公司长期为全球、地区及行业类别范围内的能源公司进行综合排名,是境内外投资者、分析师、风控师和

行业领袖进行信息评估与投资决策的重要参考依据。今年的全球能源企业250强奖项根据企业资产、营业收入、利润及投资资本回报率四项指标进行综合排名,所上榜企业都是资产超过50亿美元的上市公司。兖州煤业已经连续5年跻身该榜单,成为入选次数最多的境内外能源企业之一。

资本市场专家指出,兖州煤业入选该榜单充分反映出在世界经济复苏放缓和中国经济转入中高速发展新常态的背景下,公司依然能够凭借一流的管控,规范的运作,稳健的成长,良好的业绩,在世界能源上市公司中保持了竞争优势和行业领先地位。(刘福河 吴玉华)



长安汽车: 用跨界营销提升品牌

随着内地娱乐节目的日渐火爆,各大汽车厂商的赞助活动也随之而来。这从侧面反映了汽车厂商之间对品牌形象建设的重视。刚刚结束的《出彩中国人》的赞助商长安汽车,可以说的上是一次较为成功的品牌赞助活动,很好地实现了长安汽车的品牌跨越提升。

首先,长安汽车的企业内涵与《出彩中国人》节目内容有着高度的契合性。《出彩中国人》针对的是普通的中国老百姓,是为每一个勇敢追求梦想的普通人搭建的励志舞台。同样,作为中国品牌的长安汽车,也是一个为实现中国汽车工业梦而努力奋进的企业。长安汽车的前身可以追溯到洋务运动期间李鸿章建立的“上海洋炮局”,经过多年的发展,长安汽车的产品在各个领域都得到了市场的认可。其旗下的逸动、致尚XT、悦翔等车型,在上市之后的短短几年时间,就在中国乘用车市场取得了令人瞩目的成绩。今年的第一季度,在自主品牌乘用车市场销量和市场

占有率双双下滑的大背景下,长安汽车逆势而上,乘用车销量累计19万辆,同比增长37%。

其次,《出彩中国人》的节目内容也体现了长安汽车的品牌内涵。

在《出彩中国人》节目中,几位选手的表现让观众印象深刻。“摇滚老爸”秦勇,在自己事业的巅峰时刻为了家庭急流勇退,体现了一个男人对家庭的责任和应有的担当。一个好男人,就要给自己的家庭提供安全感,在他们最需要保护的时候给予他们充足的保护。正如长安汽车旗下的主力车型逸动,在C-NCAP碰撞实验中,逸动以良好的表现成为了国内在售车型中首款获得新五星评价的自主车型,随时随地给用户提供最安全的保障。

本次与《出彩中国人》的合作,使得长安汽车公益励志的形象深入消费者心中,也获得了各界人士的认可。同时,通过这种跨界营销的模式,使得长安汽车品牌形象取得了长足的提高。(卢杰)



激进营销 现身客车业

在高铁和私家车双重挤压长途客运市场的当下,发展节能环保的新能源汽车,成为客车行业扬长避短,应对行业调整的利器。

中国道路运输协会城市客运分会副理事长胡剑平近日在安徽新能源汽车国际论坛上表示,随着各地新能源汽车扶持政策陆续落地,城市公交电动化将成为国内新能源汽车行业发展的机遇。调研显示,6-8米的纯电动客车目前比较受到市场欢迎。

目前A股上市的客车类公司,包括宇通客车、金龙汽车、亚星客车、中通客车、安凯客车等5家。今年10月底,工信部发布了第二批免购置税的新能源汽车名单,上述5家客车上市公司均有产品入选。在传统客车市场增长受限的当下,车企在新能源汽车领域的战略布局亦成为了市场关注的重点。



安凯客车董事长戴茂方最近带队拜访了同行业的相关公司,感觉目前国内客车行业竞争更加激烈,安凯既有压力也充满动力。他表示,安凯客车将坚持严格的控制风险措施,“确保在风险可控的情况下尽力争取订单”。

由于客车订单采购金额较大,目前客车企业普遍都和银行合作为客户提供按揭贷款的服务,由客车公司对其所抵押车辆负有回购担保义务。为了在激烈的竞争中赢得客户,部分客车企业甚至开始采取零首付、最多8年分期还款的激进营销策略。

尽管分期付款是客车企业必不可少的销售工具,但这一幕与前几年的工程机械行业的情况有些相似,而国内不少工程制造企业至今仍在消化坏账,一些汽车业内人士对此表示了担忧。

不久前收官的三季报显示,客车行业上市公司业绩整体良好,5家A股公司中仅亚星客车一家出现亏损,中通客车1-9月利润同比增加224.42%,安凯客车扭亏为盈,而金龙汽车、宇通客车净利润都同比增长超过两成。但扣除非经常性损益后,传统客车企业的业务增长并不理想。中国汽车工业协会的数据显示,1-9月,我国客车销量增幅比去年同期有所回落,今年第三季度国内客车销售情况尽管较上半年有所好转,但市场增速仍在放缓。

宇通客车董事曹建伟称,客车市场实现长期稳定的高增长并不现实,面对市场的变化,技术创新和新能源汽车是转型方向。

近期,各地陆续出台了新能源公交推广方案。除京津冀明确公交车中新能源车占比不低于16%外;广东省也有相应政策,要求明年底珠三角地区纯电动公交车数量达到4000辆;合肥市政府也表态称,本年度将增加590辆新能源公交车。

采购大单也随之而来。11月2日,福田汽车与北京公交签订700台纯电动客车订单,成为目前全球最大的新能源车订单;10月29日,亚星客车中标扬州201辆新能源公交订单。

除了即将上市的第五代纯电动大巴外,安凯客车在论坛期间展出了其微循环纯电动车、宝斯通电动版等6-8米的小型纯电动客车产品。与前几年主推10米以上纯电动大巴不同,今年各家企业都推出了6-8米的中小型电动客车。

业内人士表示,中小型电动客车在充电方式、充电时间、营运方式等方面更加灵活,运营成本优势明显,是加快推进电动客车市场化的“利器”。而性价比则是最大的优势:扣除30万元国家补贴后,目前6-8米的中小型电动客车购买成本可以低于传统客车,在补贴较高的部分地区,甚至可以达到“零成本”。

胡剑平认为,除了补贴后的购买成本较低外,纯电动公交的运营成本仅占传统客车的30%。目前,在中国城市公共交通中,应用和推广新能源汽车的关键是城市的顶层规划设计,需要对车辆充电基础设施进行统一规划和设计。(吴明)