

■ 然雨

12月11日,记者从滴滴专车 TVC 赏片会现场了解到,中国移动出行平台领军企业滴滴即将针对商务专车业务启动一轮声势浩大的品牌营销战役,覆盖的媒介将包含院线、主流视频贴片、户外框架等,总营销投放费用将超亿元。

联系到即将针对滴滴专车业务开展的大规模品牌投放,或许意味着滴滴在传统红包补贴营销之外,又将创新出全新的 IMC 营销模式,这或许将直接助推旗下商务专车业务迎来“火箭式”增长。

据悉,这将是滴滴公司成立两年多来,在品牌侧首次发起的最大规模营销投放,也是中国移动出行领域最大的一轮品牌营销 Campaign。在赏片会现场,本次营销战役主推的两支品牌 TVC 也首度惊艳亮相。

滴滴方面表示:“大城市病”在当下的一线城市是个普遍现象,尤其是在交通出行领域,每个人都深有体会,急需创新、多元、移

微乐动态壁纸携手华谊兄弟打造影视营销新模式

近日,全球最大的手机壁纸提供商微乐宣布和华谊兄弟达成友好合作,双方今后将在影视发行资源、影视宣传领域等方面进行深度合作,这无疑树立了影视内容和移动互联网桌面内容和应用方面的全新合作标杆。

根据了解,“微乐动态壁纸”目前在全球范围内拥有超过一亿用户,其规模和品牌效应在行业中处于领先地位。而此次合作正是出于中国影视行业巨头华谊兄弟对于“微乐动态壁纸”的行业领先品牌的认可。双方将以全新移动互联网娱乐营销方式进行合作,为华谊兄弟的电影,明星宣传提供更为新颖的手机动态壁纸宣传方式。双方将在电影资源领域进行多种模式合作,建立双方电影资源共享机制,开发动态形式和加入电影宣传片、购买等入口的新型娱乐性动态壁纸,并通过该合作帮助华谊兄弟在电影营销渠道业务上的发展。启动此次战略合作的首笔是微乐为华谊兄弟推出《撒娇女人最好命》主题动态壁纸,目前浏览下载已经突破百万。

“微乐动态壁纸”创业合伙人兼首席营销官赵雨润先生表示,携手华谊兄弟,有利于打通双方的用户资源,通过华谊兄弟电影资源的合作,实现移动互联网内容上的共通,共建移动互联网娱乐营销生态圈。

随着近年来移动互联网普及率的不断上升,随之而来的跨界合作也是愈演愈烈。这种跨界合作的方式在行业中,越来越成为必然趋势。从长远上来看,影视与手机动态壁纸均为满足用户使用的娱乐性,两者的合作在泛娱乐化趋势的今天越来越成为主流,从而也会催生更多的细分产业,为用户提供更为优质的服务和产品类型。



国药准字H46020636

快克

复方氨酚烷胺胶囊

请在医生药师指导下购买和使用

海南亚洲制药股份有限公司生产

海南快克药业总经销



动、智能的交通出行方式去缓解,滴滴本次营销战役就是希望告知用户在传统的公交、地铁、出租车等出行方式之外,还可选择更有尊严的商务专车方式出行。

尤其值得关注的是,滴滴在赏片会现场也第一次提出了“赶跑族”的概念,泛指那些不为活在当下,只为活在明天或未来,在生活、职场、爱情等场景中不断“赶跑”的苦逼一族。他们横跨 70 后、80 后两代族群,他们往往漂在国内一线城市大都市,背井离乡追逐属

汇源携手“饿了么”创新互联网营销

■ 鹏宇

12月11日,汇源集团旗下北京汇源食品饮料有限公司北京销售中心与国内知名外卖订餐平台“饿了么”签署战略合作协议,汇源集团董事长朱新礼、“饿了么”网上订餐平台 CEO 张旭豪共同出席了此次签约仪式。这是继汇源果汁全面入驻中石化易捷便利店体系后,汇源再次和体系外企业的深度营销合作。

据每日经济新闻报道,根据协议,汇源集团与“饿了么”将建立全领域、长期的战略合作伙伴关系,并充分运用双方的营销资源、销售渠道,更有针对性地为目标用户提供营养均衡的膳食服务。届时,汇源果汁将为“饿了么”平台的消费者搭配新鲜健康的果汁饮料,让外卖更美味、更营养、更健康。

汇源果汁是中国最大的百分百果汁和中浓度果蔬汁生产商,根据 AC 尼尔森调查数据显示,截至 2014 年上半年,市场份额分别达到 57.7%及 42.9%。而“饿了么”是国内知名外卖订餐平台,覆盖 230 多个城市,1500 多万用户。双方基于 O2O 模式的营销创新,本质上在于回归“以人为本”理念,顺应不断变化的生活与消费方式需求,为目标用户带来高满意度、高便捷性的全新消费体验。

汇源果汁董事长朱新礼在签约仪式上指出,“互联网思维其实是在做‘减法’,让产品直达用户。这种以人为本的‘用户导向

奉化公交“七抓”战略保安全

■ 袁兴国 袁伟广 袁斌

截至 2014 年 12 月上旬,浙江省奉化市公共交通有限公司已连续 4 年实现无人身事故,无重大交通事故,无火灾事故,安全日累计达 1460 天,成为宁波市公交系统安全日最多的企业之一,最近被奉化市总工会推荐为全省“安康杯”竞赛优胜企业。他们的经验是坚持了七抓,即抓班组制度、基础管理、员工技能、团队精神、安全文化、“心语”热线、健康档案。

抓班组制度落实以制度保安全

奉化市公共交通有限公司坚持每年都与职工签订安全责任书,这已坚持了多年,对安全生产实行一级抓一级,一级对一级负责,从不马虎了事。他们还每星期一次雷打不动的安全例会,除日常工作布置分析外,反复强调“人人都是安全责任人”的教育,像“警钟”一样时刻提醒每个职工注意安全生产,公司还制订了《安全管理规定》、《突发事件应急处理预案》、《安全防火管理制度》等 10 余部规章制度,使安全制度牢牢扎根在每个职工的心里。同时,安全生产与每个职工经济挂钩,实行奖罚制度,对严格遵守安全规章制度,3 年以上无任何违章现象的先进标兵,除大力表彰之外,还给予经济上的奖励,形成了人人争做安全生产模范。

抓班组基础管理以管理保安全

奉化市公共交通有限公司多次被宁波市评为“安康杯”竞赛优胜单位、达标创优企业、五一劳动奖状和文明交通示范单位等荣誉称号,尽管有基础打得扎实,人员素质较高的优势,但对规范化公交建设的要求仍严上加严。去年,全公司上下奋战三个多月,整

于自己的“中国梦”,是目前中国社会阶层中压力最大、幸福感最低、最玩命工作却对在自我生活品质的提高上过于“苛刻”的一群人,“上半辈子拼命挣钱,下半辈子花钱买命”就是这个族群悲剧命运的画像缩影。

滴滴公司副总裁朱平豆表示:“有一群世界上最苦逼的人,为了明天,永远离明天一步之遥,而不停赶跑,却不懂得看看当下的自己,关爱一下自己。”此次滴滴专车 TVC 传递的核心品牌理念就是呼吁那些不断为生活、命运、未来赶跑的“赶跑族”,能够适当的停下来等等灵魂的东西,放缓“赶跑”的脚步,关爱自己,至少在这个寒冷的冬天在出行领域可以“坐好一点”。

据了解,滴滴专车与传统的出租车有本质区隔,两者是相互补充并为用户提供更加多元化的出行方式,尤其是在一线城市,商务专车正成为城市运力不足语境下的最有效出行选择。

而滴滴是在 2014 年 8 月推出针对中高端消费群体的商务专车业务。截至目前,滴

汇源携手“饿了么”创新互联网营销

思维”,其实与汇源‘走好最后一公里’的服务理念是融会贯通的。与‘饿了么’达成战略合作,直面年轻消费者普及果汁消费健康理念,是汇源推行渠道深耕、深度分销政策的落地之举,将有助于推进从终端到终点、从客户到用户的新营销模式的发展。”

张旭豪表示,与中国果汁行业领军品牌汇源果汁的合作,是互联网订餐平台和快消品牌创新营销大胆的尝试。“饿了么”不断发展壮大的用户市场,能为快消产品提供更广阔的销售渠道;更多餐饮相关企业与“饿了么”的多方位合作,在为企业带



奉化公交“七抓”战略保安全

理出一套完整技术资料,对全市内的所有公交线路、停靠站、周围村庄等进行了一次大清查,并将它一一存入电脑中,当作公司里的活“地图”。同时,对公司里仓库重新进行分类,建立了“安全防护器具”、“消防器具”、“车辆维修工具”等独立库区,并对安全防护器具和消防器具落实到人,专门管理,按时更换或保养,使这些工具在安全生产中发挥了很好的作用。

抓员工技能素质以素质保安全

奉化市公共交通有限公司 4 年来,长期坚持学习制度,有的放矢对职工进行思想道德教育和业务技术交流,定期一月一次全公司政治学习,定期一月两次安全或业务分析,定期每周一次班组安全活动。从质量和数量,从内容和形式上都得严格保证。去年,公司开展了全员安全培训,针对新车辆、新功能的应用,对公交司机等各类人员进行了业务技能培训。同时,公司坚持重教奖学制度,对积极参与各类大中专学习的并获得学历和技术职称的职工,给予一次性重奖。目前奉化市公共交通有限公司 71 名正式职工中,由 4 年前的清一色初高生,变成了如今的 30 多名大中专生。

抓员工团队精神以众志成城保安全

奉化市公共交通有限公司上下同欲,心往一处想,劲往一处使,全体员工热爱本职岗位。在建设学习型企业和知识型职工活动中,全公司上下努力学习政治、业务、科学文化知识;在安全文明生产中,相互督促,共同落实各项规章制度,严格执行《司机安全行车规定》,同时 321 名一线驾驶员积极参与“准开车安全,谁光荣”的行列中去,一个比安全、比技术、比准点到达,在公司内蔚然

滴专车业务覆盖了北京、上海、广州、深圳等 16 个大型城市,城市数量还在进一步扩张中,日订单已经突破 15 万单,滴滴也因此成为中国商务专车领域,发展最快,规模最大的公司。

此外,朱平豆还向记者透露,为配合此次 TVC 品牌营销战役,滴滴也将与一部即将上映的年度贺岁大片及其导演展开多方面深度合作,并还将联合某卫视、微信平台共同发起 2014 年度最大规模的红包“彩蛋”活动,同时数十位明星与上百家名企也将在各个环节参与到此此次 TVC 品牌营销战役中。

而就在几天前,滴滴曾宣布,公司获得新一轮超过 7 亿美元融资,由国际知名投资机构淡马锡、以及国际投资集团 DST、中国互联网领袖企业腾讯主导投资。

滴滴创始人兼 CEO 程维对此表示,此轮融资后会继续坚持公司“移动互联网,让出行更美好”使命,继续投入培养中国用户移动出行习惯,巩固现有业务的领先地位、加大产品研发力度、以及新业务的拓展。

汇源携手“饿了么”创新互联网营销

来新商机的同时,也将加速外卖相关商业生态圈的构建和完善,促进整个传统餐饮行业的结构升级。

业内人士表示,此次合作是汇源拥抱互联网营销思维的落地举措之一,采用更加适合年轻消费群体的营销方式,把销售渠道搬到网上,融入消费者的生活体验。通过互联网的快速覆盖,不仅可为果汁产品开拓新的销售通路,长期看,汇源集团的有机蔬果也可以走进订餐平台的菜单,丰富订餐平台的产品和营养价值。在这方面,汇源做了很好的尝试。



奉化公交“七抓”战略保安全

成风,群众满意率从 4 年前 60%左右,攀升到目前 99.5%以上。“先进帮后进,团结共进”是全公司人的共识,也是全公司团队精神所在”。

抓安全文化知识宣传以市民人人皆知促安全

奉化市公共交通有限公司注重抓安全文化知识宣传力度,其“轰炸”力度,遍及奉化全市各个乡镇。目前新运行的 100 多辆公交车上,在显著位置标有各类安全乘车知识;办公大楼黑板报、标语,更是成为“安全文化知识宣传长廊”;公司创办的《奉化公交报》每周刊登安全文化方面知识答题;从 2013 年 5 月开始,每月推出一份《安全简报》,分发给每个司机;公司配备一辆安全宣教车,每天在公路上巡回宣传;公司开通安全手机短信信息平台,提醒每位司机时刻注意运营安全;公司还设立电化教室,对违规驾驶员进行重点安全培训;奉化电视台制作公交动画片每晚播放。同时,公司还举办一年一次自编自导的安全文化知识方面晚会。还经常组织小分队“上山下乡”,到山区、海边宣讲安全文化方面知识和有关法规。4 年来,受教育的群众多达 10 余万人次,大张旗鼓宣传,真正做到了家喻户晓,人人皆知的目的。

抓公交司机心理需求以开通“心语”热线促安全

奉化市公共交通有限公司为了全面掌握每位公交司机心理需求,去年初,率先在全省公交系统中开通了“心语”热线。它主要针对公交驾驶员常常会碰到工作、家庭、生活上的烦心事,导致影响开车心情,容易走神出事故的特点,有针对性地开展心理疏导,分析公交司机的心理状况,全面了解他们的心理需求。一旦公交司机碰到困难、困惑和想法时,可以通过该系统进行心理倾诉,并

解析东风雪铁龙 C3-XR“智能驾驭”

东风雪铁龙首款 SUV C3-XR,凭借“Grip Control 多路况适应系统”以及“Citroen Connect 车载互联系统”等技术,将带给你全新的驾驶感受。

不管是在城市,还是野外,C3-XR 的 Grip Control 多路况适应系统,可以针对当前的路面在沙地、雪地、泥地、ESC 关闭、公路等 5 种路况模式间轻松切换。在泥泞乡村公路行驶时,“泥地模式”可智能地将大部分驱动力分配给较高附着力的驱动轮,让你轻松通过;遇到雨雪天气时,“雪地模式”通过优化车轮的驱动力来保证车辆进行最平稳的加速,使你可以继续顺利安全的行驶。

搭载了 Citroen Connect 车载互联系统的 C3-XR,可随时随地为你提供智能导航、汽车安防、车载互联、娱乐资讯、远程车辆诊断等服务。出发前,Citroen Connect 还可以为你规划好最佳的出行路线;Citroen Connect 还提供了车辆定位与被盗协助功能;不仅如此,Citroen Connect 可随时联动 WiFi 无线上网,随时随地满足您对资讯娱乐的需求。

长途驾驶时,舒适性显得非常重要。C3-XR 配备的 DCS 动态舒适底盘系统,让你可以自由驰骋的同时,还能享受轿车的稳定和舒适;尤其是 C3-XR 配有的可变阻尼减振器,可将车辆的振动频率调节至 1.05-1.2 赫兹,在这样的震动频率下,人体始终都处于最舒适的状态。

12 月 21 日,就让我们共同期待这款“城市 SUV 新风范”C3-XR 带着我们驭见不一样的精彩吧!

当“美”成为习惯——解析 C3-XR“美学设计”

众所周知,SUV 这一车型起源于越野车,诞生之初就是个方盒子的大骨架,很少有 SUV 跳出方方正正的造型窠臼。而当 C3-XR 一亮相,人们忽然发现,SUV 也可以有不同的“美学设计”。

C3-XR 采用的是 ARTECH 设计理念,线条简单又有科技感。善用线条的雪铁龙设计师用曲线的张力在 C3-XR 上表达对自由的追求和向往,用精致的细节打造视觉的极致体验。

作为紧凑型 SUV,C3-XR 整车接近 0.618 的黄金分割轴距/车长比,让车身更为协调;而远超过同级的 2655mm 轴距带来了更舒适的驾乘空间,让颠簸路况上的操控更灵活更平稳。C3-XR 车顶上,弧光掠影行李架巧妙的嵌入车身,与侧窗完美呼应,独特而富有张力的“C”造型,动感呼之欲出,还具有高达 75 公斤的承载量,让你在亲近大自然之旅的同时乘兴而去、满载而归。

C3-XR 车前部,同级独有的晶翼 LED 日间灯宛如飞机翼尖,看起来野性十足。12 颗夺目的晶钻般 LED 光源,反应快、能耗低,显得科技而富有活力。车尾部,晶炫回旋尾灯与晶钻星辉前大灯相得益彰,线条简洁明快,熏黑的材质更是平添了几分运动感,夜间行驶识别度极高,不仅安全,还非常醒目。

期待上市后有更多发现美的眼睛去找到属于自己的 C3-XR 之美。

(新全红)

抓卫生健康档案以保障职工健康安全

享受免费的心理辅导,“娘家人”都为全力帮他们解难题、渡难关、出主意。自“心语”热线开通以来,平均每个月有 20 名以上司机通过该系统进行心理咨询,起到了很好的效果。同时,“心语”热线的开通,司机的心态好了,思想包袱放下了,避免多起交通事故和与乘客争吵的发生,赢得了社会上的好口碑。司机们也从中尝到了“甜头”,既稳定了驾驶员队伍,又促进了营运的安全和健康。

抓卫生健康档案以保障职工健康安全

奉化市公共交通有限公司从 2010 年起,建立职业卫生健康档案,保障职工健康安全。他们的做法是,一、职业病防治做到“三严格”:一是严格体检制度,每隔两年,公司所有员工都必须进行健康体检,帮助员工及时了解自己身体状况;二是严格职工职业卫生健康档案填写制度,公司根据医院体检报告及时对员工档案进行填写,动态掌控职工身体健康变化情况,做好预防和治疗工作,目前已建立员工健康档案 400 份;三是严格落实职业卫生管理制度,对涉及到职业风险的有毒有害物质等危险源及时进行告知,加强对职业的预防和风险把控。公司不仅主动为每位职工办理“五险一金”等各项社会保险,还为他们办理人身意外伤害险,解决员工的后顾之忧。同时,公司按时给职工发放劳动保护用品,并主动接受工会的监督检查,保障员工合法权益。公司还针对公交女职工多的特点,为她们大开“绿灯”,坚持定期为女职工进行健康普查,确保女职工的身心健康。公司每年夏令高温季节,工会都会派员给一线工作人员送去防暑降温用品;春节前夕,公司总经理会亲自带队,给困难员工发放慰问金,让职工们感到家的温暖。通过一系列的健康保障,促进了公司前所未有的安全生产大好局面。