

移动互联时代 广告做得好不如“伪装”得好

■ 李光斗

“广告越来越难做了。”这是眼下电视媒体以及不少传统媒体的感慨。互联网来势汹汹,不仅抢了传统媒体的人(观众),还抢了传统媒体的钱(广告),一副“一顾倾人城,再顾倾人国”的架势。

随着互联网的发展,人们的注意力慢慢从电视机旁转移到了电脑上。以前回家第一件事情是开电视机,现在回家第一件事是开电脑,电脑成了人们获取信息来源、进行生活娱乐的主要方式。随着守候在电脑旁的人越来越多,互联网企业的广告生意也越来越好。以百度为例,2013 年百度的广告收入首次超过稳坐广告王宝座十几年的央视,成为中国最大的广告媒体。其实早在 2011 年,中国网络广告的市场规模已达到 511.9 亿元,超越报纸广告的 453.6 亿元,成为仅次于电视的第二大受众接触媒体。面对呈上升趋势的广告收入,互联网企业应该很欣慰。

但,请别高兴得太早。据统计,目前中国有大约 5 亿 3G 和 4G 手机用户,其中许多人还没买过笔记本电脑,可以在笔记本电脑或个人电脑上做的事情——游戏、聊天、搜索和购物——用手机都可以办到。虽然 5 亿手机用户相当于渗透率仅为 42%,但未来增长空间很大,大有与笔记本电脑相抗衡的潜力。这也意味着,移动手机端将是未来广告投放的下一块福地,而且这种趋势正在越来越明朗。但是手机移动端该如何植入广告,目前为止不少人还在为此头疼。

国外研究公司发表的报告称,在智能手机接近饱和的发达国家,广告商们仍然将智能手机看成是一种价值有待证明的新鲜发明。也就是说,虽然用智能手机的人在慢慢多起来,但是在智能手机上投放广告的人却寥寥无几。就如英国《金融时报》一篇文章指出的,如果尽管受众正在远离传统媒体,但数字和移动广告仍不值得购买,那么一定有什么地方出了问题。

事实上,目前在手机移动端投放广告最大的问题在于,在移动互联网日渐发达的今天,广告商们想吸引那些玩着手机或者 ipad 的人们的注意力变得越来越难。以前,这些观

广告要打造得如“大象无形,大音希声”般不露痕迹,达到的效果要像“随风潜入夜,润物细无声”般让人在不知不觉中被广告“感化”。读者发现自己看的是广告时,为时已晚,广告目的已达到。正所谓“猜得着开头,猜不着结局”。

众会乖乖地坐在电视机前,对节目中穿插播的广告充满了耐心。但是现在,你将电视机上收看电视剧时中间插播的广告在移动端观看电视剧时插播一个试试?移动端的观众眼里是万万揉不进这些“沙子”的,他们在移动端收看视频时最忍受不了的就是广告。倘若在收看电视剧时插进一条广告,他们在大喊“尼玛”的同时,会以“影响劳资看电视剧”为由,换到其他视频播放网站,并不再光顾这个视频网站。有的观众还不罢休,还要将该网站的观影体验分享到微博微信和网站留言上,各种吐槽。对以赚取点击量为生的视频网站,这么做无疑是自寻死路。因此,到目前为止,一些视频网站只是在视频节目开始时小心翼翼地插入广告——就这也为不少观众所不容。

从理论上讲,智能手机是新时代的移动媒体,综合了电视、报纸、社交、娱乐、通讯等多种功能,给人们带来了不少方便,但是如果

要将其作为一种广告媒介,却显得毫无价值。移动端广告技术哪家强呢?目前,有人对此也

开始了一些尝试。看看下面这段文字:

床前明月光,地上鞋一双。举头望明月,哥是被甩王。

到今晚 23:38 分,我就失恋一整年了。

失恋跟失联是一样一样的,痛苦尤甚。你知道她在哪儿,就是没法联系,无能为力,想想就义愤难平。

夜深人静的时候,就是屌丝症病入膏肓



高潮发作的时候。在换了好多个姿势以后,我和我的右手依然久久无法入睡。

突然电话响了。

“喂,小明。”

一个大霹雳照脸拍过来——竟然是前女友!

“你有什么事吗?”3 秒钟后我恢复了平静,哥们,得扛住事。

“没什么,你最近还好吗?”

什么节奏?迷途知返了?

“我挺好,你呢。”

“我也还好。那个,你用上 iphone 6 了没,感觉好不好?”

哥内心的坚冰刹那间呲开一条小缝——这暗示略微赤裸啊,再不懂我就甭混了。

……

与上面这些文字相类似的还有一些视频。又如某乳企的一则视频广告:

一个男孩偶遇了一个女孩,女孩在跟男孩交流的时候只用手语比划而不说话,男孩问女孩:“你为什么不说?”女孩笑而不语。男孩以为女孩不会说话,就写了几个字给女孩:如果你不说话,那我也不说话了。之后,男孩和女孩交流也用手语,他们一起游戏,一起看书,一起看日落。后来男孩喜欢上了女孩,想跟女孩表白,但是对着女孩的相片用手语练习了好几次,都很不满意,失落之余男孩嘟囔了一句“让我们一直在一起好吗?”没想到

到身后传来了女孩的声音:“好啊。”男孩很惊讶,问女孩她为什么会说话,女孩回答说她还会唱歌呢。男孩还想说什么,这时女孩将一片白色的东西塞进了男孩的嘴里。男孩开始是吃惊,后来闭上眼睛满是陶醉,不再说话。女孩用手语问他,你为什么不说?男孩笑而不语。这时屏幕上出现了几个字:真爱滋味,不需言语,接着产品又出现了……

兵家有言:凡战者,以正合以奇胜。上面这些广告就是剑走偏锋、以奇制胜。可以看出,上面这些广告都把自己伪装得很好,让人一开始看不出是广告。就像一只“披着羊皮的狼”,只要伪装得好,“狼外婆”总是会引来送到嘴前的“小羊”。原本以为是一段有趣逗逗的文字视频,看到最后却亮瞎我们的钛合金眼,等到“挖掘机”出现,读者发现自己看的是广告时,为时已晚,广告目的已达到。正所谓“猜得着开头,猜不着结局”。

那么要将原生广告成功植入移动端,需要更强的“挖掘机”技术,广告隐藏技术要够强够硬。将广告隐藏在文案视频里,并且将其与文案视频的内容结合得天衣无缝,让人看了明知是广告,却并不反感,当然如果结合得不好,将广告硬生生地插入,结果将适得其反。隐藏广告打造得要像“大象无形,大音希声”般不露痕迹,达到的效果要像“随风潜入夜,润物细无声”般让人在不知不觉中被广告“感化”。

工程优势明显

红岩新金刚享誉西非古国尼日利亚



近年来,随着上依维柯红岩商用车有限公司整车出口业务不断增长,大量同步欧洲技术的红岩重卡走向世界各地,并深受广大国外客商喜爱。

特别是在工程自卸领域有着传统优势的红岩新金刚工程自卸车更是大受追捧,不但有南美洲玻利维亚总统艾沃莫拉莱斯亲自驾驶红岩新金刚拉开圣波公路建设序幕,更有非洲的尼日利亚基础设施建设偏爱红岩新金刚,出现遍地“黄金刚”的热烈建设场面。

(莉莉)

冠军奖天龙旗舰!

东风商用车卡车驾驶员大赛开幕

总冠军获得东风天龙旗舰大奖,决赛亚军、季军也将分别获得由东风乘用车公司提供的东风风神轿车一辆;进入总决赛的其他二十几位选手都将获得每人 10000 元的现金大奖!难怪有参赛选手调侃——“东风这么慷慨,卡友们知道吗?”

由东风商用车有限公司主办,东风乘用车公司、东风财务公司、东风康明斯、东风施密茨协办的“东风天龙卡车驾驶员大赛”日前已在全国范围内鸣锣开赛!

东风天龙卡车驾驶员大赛是目前商用车行业参赛人数最多、涉及地区最广、比赛项目最专业、考核最全面、奖金奖品最具吸引力的卡车驾驶员大赛,堪称“史上最强卡车驾驶员大赛”。

整个比赛分为初赛、半决赛、总决赛三个阶段,历时 8 个月,赛程跨越 2014-2015 年。在全国 87 个城市举行超过 130 场初赛、9 场半决赛,总决赛 2015 年在东风汽车的发源地湖北十堰举行。预计参赛人数将超过 5000 人。

比赛项目精心策划 驾驶技能与文明行车并重

为了提升中国卡车驾驶员的技能技巧,培养良好的安全、节约驾驶习惯。东风商用车根据卡车驾驶员在实际工作环境中经常遇到场景,精心设计了一系列理论、实操比赛项目,对驾驶员的驾驶技能、节约技巧、安全知识等方面进行全面考察。

实操比赛项目有反向直角倒车入库、定点停车、精准停车、S 行绕桩、S 形倒车等内

容,理论测试内容涉及东风品牌文化、产品知识、安全法规、节约技巧、意外急救等内容。

东风商用车希望通过系列比赛活动,为东风天龙驾驶员创造一个相互交流与学习的机会,展示当代中国卡车司机的职业风采。提高全社会对卡车驾驶员群体的关注,从而提升卡车驾驶员的集体荣誉感,传播卡车正能量。

出彩天龙哥 中国好司机

“出彩天龙哥,中国好司机”是东风天龙卡车驾驶员大赛的主题。“天龙哥”不仅是数十万东风天龙卡车驾驶员共同的名字,更是中国 3000 万卡车司机的代表。

为了让卡车司机群体得到更多人的理解和认识,活动得到了广泛支持。其实卡车司机常年以车为伴,以路为家,深知行车不易,所以更懂得礼让他人;车大、货重、路远,所以卡车司机驾驶技术更加过硬,对车辆更加爱惜保养;严厉的执法环境,也让卡车司机更懂得遵章守规,所以他们才是文明行车的表率,才是中国好司机。

他们驾驶技术高超,行车经验丰富;他们跑遍天南地北,洞察人情风俗;他们有担当,讲情义,工作生活别样精彩。

东风一家亲 乘商共协同

本次大赛的启动仪式于 11 月 16 日在湖北襄阳举行。东风商用车有限公司总经理黄刚、东风乘用车公司党委副书记周中,以及东风康明斯、东风施密茨、东风财务公司的领导

都出席了活动。

记者从大赛组委会了解到,在这次比赛中,东风商用车有限公司市场销售总部充分整合东风汽车集团内部资源,与东风乘用车、东风金融、东风康明斯、东风施密茨展开联合推广。

记者在现场看到,除了东风商用车的几款国四新品以及本次大赛的终极大奖——东风天龙旗舰之外,还有东风财务公司的销贷业务咨询台、东风康明斯的发动机展位以及东风施密茨的展位,东风乘用车更是将包括 AX7 在内的全线产品带到了现场。在初赛的部分场次和全部 9 场半决赛中将使用东风施密茨挂车进行比赛。

角逐终极大奖 赢取天龙旗舰

本次东风天龙卡车驾驶员大赛之所以被卡友们称为“史上最强卡车驾驶员大赛”,除了参赛人数最多、项目设置最专业之外,更被大家津津乐道的是决赛的冠军大奖——价值 60 万元东风天龙旗舰。

东风天龙旗舰是东风商用车有限公司最新推出的新一代高效长途运输车,在东风 45 年卡车制造经验的基础上,整合全球领先技术资源,代表了目前中国卡车的最高水平。

旗舰赠英雄。40 万天龙司机,谁是驾驶之王?谁将赢取东风天龙旗舰?无疑将成为 2015 年中国卡车圈最热门的话题。

除了总冠军的天龙旗舰大奖之外,决赛亚军、季军也将分别获得由东风乘用车公司提供的东风风神轿车一辆;进入总决赛的其他二十几位选手都将获得每人一万元的现金

大奖!难怪有参赛选手调侃——“东风这么慷慨,卡友们知道吗?”

天龙哥: 是中国好司机 更是创业好榜样

湖北襄阳站比赛的 1 号选手樊先生,是襄阳石桥镇人,2008 年在湖北兴荣亚汽车销售服务有限公司购买了第一台东风天龙。在此之前,樊先生在深圳打过工,开过出租车,回襄阳后开过大巴车,后来听说开大车赚钱,就进入了运输行业

最开始,樊先生买了一台二手牵引车,跑了一年,看着别人都开上了东风天龙,不仅开着舒服,挣钱还更多,他很羡慕,回家和妻子一商量,就卖了二手车,直接在湖北兴荣亚分期了一台东风天龙牵引车,因为天龙车油耗低,维修少、效率高,分期手续简单、利率低,他当年就收回成本,第二年,樊先生又直接分期买了两台东风天龙,从两台到四台,从四台到八台,现在他已经拥有一个 50 多台东风天龙的物流公司,专门跑广西和新疆专线,收入非常可观。

在代表参赛选手发言时樊先生说,今天站在这里,我衷心感谢东风商用车公司,感谢你们制造了经济、高效、安全的车,感谢你们培养了“一切为客户着想的经销商”,这辈子,我只买东风车。

社会上有不少人,对卡车驾驶员这个职业心存偏见,我们要用自己的表现告诉大家:我们驾驶技术过硬,我们是文明行车的表率!我们是中国好司机,因为我们是“出彩天龙哥”!

(冬冬)

央视第五次走进独伊佳

金秋十月,央视第五次走进独伊佳。央视十套科教频道《文明密码》栏目在 10 月 20 日以全方位、多角度对独伊佳风干牛肉的发展历史、制作工艺以及独伊佳董事长陈士庆的创业历程做了详尽报道。

这是继央视二套《生财有道》、七套《聚焦三农》《每日农经》、十套《创新无限》专题报道独伊佳后的第五次报道。央视这次走进独伊佳,也为观众带来了一场别开生面的草原美食探奇之旅。

草原上流传着一种独特的食品——风干牛肉。风干牛肉是草原上一种传统的食物,也是草原牧民招待顾客的重要食物之一,蒙古族牧民自古就有晾晒风干牛肉的习俗,据传,风干牛肉最早源于蒙古铁骑的战粮,因携带方便,营养丰富,被称为成吉思汗行军粮。陈士庆——传统风干牛肉制作的传承人,20 多年来,一直致力于风干牛肉的推广。位于赤峰市郊的独伊佳生产基地内,现代工业化的风干牛肉正在生产当中,陈士庆告诉我们,为了保证风干牛肉的传统风味,这里所加工的风干牛肉,全部都延续了最传统的制作工艺。

跟随记者镜头,我们来到了现代化的生产车间的自然风干区,陈士庆告诉记者:对晾肉的要求,首先卫生标准要达到,其次温度需达到 30 度、湿度是在 40 度以下的标准,而如此苛刻的要求在室外是无法完成的。虽然现在风干牛肉的制作,已经实现了工业化生产,不过,陈士庆告诉我们,他依然坚持传统的制作工艺,因为,这是风干牛肉产业发展的根本。

20 多年前,陈士庆从爷爷那里,继承了传统风干牛肉的制作工艺,从此,便和这种传统食品结下了不解之缘。而今天,我们也有幸可以一睹传统风干牛肉的制作过程。在记者的镜头下,我们看到陈士庆端来一盆牛肉,陈士庆说:“牛肉选取的部位,学名叫臀骨二头肌,粗上就叫大黄瓜条,这块部位的牛肉每一条纹路都很粗。制作传统风干牛肉所选用的原料必须是牛肉中的大黄瓜条,这种位于牛后腿骨外侧的牛肉肉质较粗,纤维均匀,是最适合做风干牛肉的原料。”他说:“修割牛肉的时候有两点需要注意,一是顺着牛肉的纹理切割,二是每条牛肉之间要互相连接,方便晾晒。”牛肉修割好后就可以进行下一步——腌制,就是把事先准备好的作料,一次放入牛肉当中,搅拌均匀,使牛肉得以充分入味,牛肉腌制完成,大概需要 12 个小时。陈士庆说:“看似简单的工艺,实质并不简单,也传奇在几款调料身上,放入包括花椒、香叶、白芷等在内的祖传的十几款调料,经过 12 个小时腌制之后,牛肉就可以上架晾晒了,晾晒要选择通风阴凉的地方,传统风干牛肉制作,一般需要晾晒两到三天,等到牛肉由鲜红色变成深红色就可以了,晾晒好之后的牛肉,还需要再上锅煮一个多小时,这样,整个风干牛肉的制作,就算完成了。

陈士庆说:“手撕风干牛肉,纹路清晰可见。比较抗饿,也是一种减肥食品。一两风干牛肉的营养成分,可以抵得一斤的馒头或一斤的主食。”

陈士庆今年已经 50 多岁了,因为小时候患有小儿麻痹症,落下了残疾,不过,为了让更多的人品尝到风干牛肉这种草原特色食品,20 多年来,陈士庆一直不懈坚持。在风干牛肉的制作过程中,陈士庆最重视的就是原料选取和制作工艺,他告诉我们:传统风干牛肉,一定要选择臀骨二头肌,也就是大黄瓜条来制作,而他的坚持也来源于他对牛肉的了解。

陈士庆为观众展示了不同的牛部位以及其制作用途。他介绍说:“传统风干牛肉首先在原材料上就不同于烤制的牛肉干,它的纹理全是顺丝状,外酥里嫩,老少皆宜。当撕开以后,扑鼻而来的是甘香的牛肉味,这种传统工艺会有效保留牛肉的营养成分。随后陈士庆又为大家展示:牛的不同部位,有不同做法,牛腩适合炖着吃,牛腱子最适合酱着吃,大黄瓜条,也就是臀骨二头肌,最适合做传统的风干牛肉。

风干牛肉本是一种不见经传的传统小食品,如今,随着赤峰旅游业的发展,在陈士庆的努力传承下,当年的行军粮早已经走出了草原,走向了更加广阔的天地。

央视的这次报道,提升了独伊佳的品牌形象,使产品销售翻了几番,也带动了大批空闲劳动力以及残疾人再就业,同时,独伊佳也在不断的努力,在董事长陈士庆的带领下发展的越来越壮大。

(曹娜)

锡柴机亮相中国国际工程机械博览会

11 月底,2014 年中国国际工程机械博览会将在上海新国际会展中心举行,一汽解放锡柴展出的工程机械专用发动机受到国内外观展者的广泛好评。

本次展会参展企业近 3000 家,观展人数突破 18 万。锡柴厂共展出了奥威、恒威、康威三大品系的 6 款机型,适用于装载机、叉车等工程机械领域,良好的性能和品质满足不同工况的需求,能够给用户以安全、可靠、放心的使用体验。

(王增锦)