

圈层营销 开发商“移花接木”抢市场

圈层营销已经不是一个新鲜词语,将楼盘的沙盘、“临时售楼部”原景重现地搬到商场里人流量最大最好的位置,来一次“好来屋”奇遇记。在西安,如世纪金花、赛高国际、金鹰国际等大的商场,华润万家、人人乐等大的超市都是开发商力争的对象,随着圈层的精细化,知名的酒店、会所、咖啡厅等日常化的生活消费场地被挖掘出来,进行深层次的开发,把圈层做到极致。

转战商场 地理优势赚人气

记者采访中获悉,位于西安市凤城五路的赛高国际街区,因为有地理位置的优势,地铁2号线的超大人流,成为北郊地产商必争之地。雨润地产、一方地产、绿地地产、保利地产、龙湖地产、万科地产等开发企业都在其一楼大厅嫁接过展点。赛高街区一位张姓负责人告诉记者,一楼展厅的位置基本常年被楼盘开发商占据,最多的时候,一楼共有4家客户同时进驻。一方中港国际工作人员钟薇称,因为该项目是写字楼,价位比住宅高,所以各大卖场是他们中意的对象。钟薇说:“之前我们在赛高国际街区展示过半年,成交了3套,效果还算不错。但是后来就不行了,因为每天来这个地方的人都差不多,有时限性,一段时间后就必须换地方。”



嫁接卖场 “品牌捆绑”显效应

在高端消费的世纪金花卖场,也经常看到开发商的身影,在其商场门口,龙湾玉墅在其三天活动期间以美人鱼、沙滩、异域风情的展示吸引了无数消费者的眼球。该楼盘营销总监李强告诉记者,每天这里的客流量比不上普通商场,但是客户的质量是和项目匹配的。宣传效果较好,只是时间较长。李强说:“因为世纪金花的品牌累积了很多的顾客,开

发商嫁接进来自己的品牌后,联合效果、品牌效应显现,对客户也是一种吸引,借力打力。所以我们在选择卖场时,是有筛选的。”鄧辉地产段经理也表示,“‘品牌捆绑’效果不错,有些来我们红星美凯龙买家具家电的人,看到房子不错就顺便做个投资,即使没有成交,也可让客户加深对项目的印象。”

进驻酒店 目标群体比率高

位于凤城五路的瑞成名仕酒店因其菜品的味道、良好的环境、周到的服务颇受欢迎,而位于其北侧的开元第一城也因形象代言人的就餐带来的粉丝数量,将展点放在了该酒店一楼大厅和电梯进出口。该酒店负责人表示,因为开元第一城代言人任达华的到来,众多粉丝来到酒店守候,开元第一城就将易拉宝等宣传板放置到一楼大厅,一方面起到展示项目的作用,一方面起到指示牌的作用,粉丝一看就知道该在何地等候,活动何时开始。开元第一城工作人员也表示,项目代言人的粉丝大多为30至50岁,有固定收入,工作稳定,会享受生活,这类人群与我们的目标客户匹配,加之该酒店的影响力大,消费客户群与项目所需客户群一致,位置又近,因此是最合适的展示点。

(郭蔚)



弘扬中华姓氏文化 重庆刘氏汇聚国商

■ 本报记者 冯光国

近日,中华刘氏重庆市宗亲会、重庆刘氏总商会在重庆国商大酒店召开第一届二次理事扩大大会,会长、各位常务副会长、副会长、理事和来自涪陵、北碚、巴南、江津、合川、南川、綦江、大足、铜梁、潼南、璧山、万盛、荣昌、梁平、城口、丰都、垫江、武隆、忠县、开县、云阳、奉节、巫山、巫溪、石柱、秀山、酉阳、彭水、江北等30多个区、县刘氏宗亲会会长、副会长、秘书长共120余人欢聚一堂、共商刘氏重庆宗亲发展大计。江西、贵州等地的杰出刘氏代表,也闻讯前来参加会议。

会上,中华刘氏重庆市宗亲会、重庆刘氏总商会会长刘万平全面介绍了重庆刘氏宗亲会的发起与创会经过,通报了中华刘氏重庆市宗亲会、重庆刘氏总商会2014年的工作总结和2015年的工作计划以及长远规划,对各地区分会的发展提出了具体的指导性意见和要求。分会负责人向大会汇报了区县宗亲会的成立及发展情况,共同交流工作经验和感想。

中华姓氏文化,是中华文明重要的历史文化遗产,是中华文明传承的重要载体。家谱先于国史,史学源于谱学,一些历史文化的断层和缺失,大都能在姓氏文化中得到补充以臻完善,在中华文明中有着其他文化所不可替代的重要作用。居于此等重要意义,为了实现中华民族伟大复兴和中国梦再铸辉煌,中华刘氏重庆市宗亲会、重庆刘氏总商会于2014年2月开始筹建,2014年8月10日正式成立,是重庆刘氏唯一合法“族事活动”的社团组织。

刘万平会长在讲话中指出,中华刘氏重庆市宗亲会、重庆刘氏总商会旨在为重庆刘氏宗亲搭建起一个交流合作、资源共享的平台,这是宗亲血脉相连的第一步,未来中华刘氏重庆市宗亲会、重庆刘氏总商会将会整合更多的社会资源,将宗族发扬光大,为宗族的事业拓展更多的空间,做更多有益于国家和人民的事。

中华刘氏重庆市宗亲会、重庆刘氏总商会成立后,先后在各区、县发展、完善了分支机构,并且根据总会的安排、部署和要求,有序地开展各项工作,取得了显著的工作实效:

重庆市刘氏宗亲会第一届二次理事(扩大)会暨2015年春节团拜会



● 中华刘氏重庆市宗亲会、重庆刘氏总商会会长刘万平

《石柱刘氏族谱》的修改,《綦江秦家湾刘氏族谱》等姓氏文化书籍面世……

会上,大家对重庆刘氏宗亲会、重庆刘氏总商会今后的工作重点与建设发展进行了热烈讨论,参会人员纷纷发言,就如何搞好重庆刘氏宗亲会建言献策。既有编修《重庆刘氏通

谱》,建立“重庆汉文化博物馆”等远景规划;也有申办第十二届“世界刘氏大会”主办权,帮困扶贫、引领宗亲走上共同富裕道路等中期安排;更有会后就成立重庆刘氏投资公司、重庆刘氏商贸公司,5月18日在重庆金源大酒店隆重召开“中华刘氏重庆市宗亲会、重庆

刘氏总商会一周年庆典暨世界刘氏总会三届二次大会”等近期工作。

本次大会,气氛之隆重,人员之广泛,场面之热烈,主题之和谐,确实令人振奋,使人感动,催人奋进。

中国唯一满族传统酿酒工艺品牌



“2014年度最具创新价值品牌”评选揭晓 洋河微分子酒 “初登江湖”赞誉一片

本报讯 最近,由中国酒业年度盛典组委会、华夏酒报社、中国酒业新闻网共同评选的“2014年度最具创新价值品牌”揭晓:苏酒集团(洋河股份)重磅打造的“洋河微分子酒”荣获2014年度最具创新价值品牌。

据悉,此次评选活动是在2014年全国酿酒行业高举品牌制胜的大旗下,经广大读者和网友推荐应运而生的,奖项的评选在业内具有极大的公正性和权威性。

据了解,洋河微分子酒在行业“2014年中国酒业年度风云榜”中,超越飞天茅台,荣登年度十大产品榜首,并先后获得“2014年中国酒业十大产品、中国广告长城奖·广告主知名品牌奖”等多项大奖,深受业内人士好评以及广大消费者关注。

公开资料显示,专注于健康的“洋河微分子酒”新品,是国内白酒行业第一次正式把健康饮酒从概念转化成产品的重大变革,具有划时代的意义,也具有被广泛看好的市场前景。产品经过五年研发,曾对超过10万消费者进行调研,深入了解饮酒诉求,在2014年一经问世,便引发行业更多关于“健康生态”的思考和效仿。一位广东白酒经销商坦言,白酒行业里“健康买卖”比较好做,人们对于白酒消费日趋理性,更注重健康健康酒的需求。

白酒营销专家、龙腾虎跃品牌策划机构董事长纪家晶表示,从产品特点方面看,继“蓝色经典”后,白酒市场上只有洋河微分子酒才称得上是真正具备颠覆能力、继承洋河创新能力、能够代表洋河未来发展方向的产品。北京和君咨询集团副总裁林枫也指出,对于现在的白酒行业而言,产品创新更加重要,洋河微分子酒为整个白酒行业注入了“大健康”因子。

另外,今年除夕夜,洋河微分子酒还将联合央视春晚,为观众发放价值千万万元的微信红包,不仅在品质上创新,在营销方式上更具颠覆性。

(张逸尘)

电视营销战一季度最好看

一季度是电视收视的旺季。据央视-索福瑞(CSM)收视调查数据显示,一季度是全年电视收视率最高的季节,在一季度做电视广告,可以影响更多人。

一季度是电视大片的旺季。电视台也深知一年之计在于春的道理,因此会把好节目提前。2015年一季度,央视有春晚、两会特别节目,有《梦想星搭档》《中国好歌曲》等季播节目,还有《锋刃》《平凡的世界》等热门大剧。一季度的电视荧屏热闹非凡。

还必须说的一点,一季度是团聚的季节,是送温暖、送祝福、送红包的季节,是情感沟通的旺季。在这个季节通过电视广告与消费者交流感情,可以起到事半功倍的效果。如果说企业平日里要通过广告推新品、促销、树形象,那么在一季度就可以把这些事情先放到一边,好好跟顾客叙叙旧、唠唠嗑,礼节到了,情意到了,其他事情就都好说了。

精彩的节目加上广告冠名,2015年一季度比拼收视率的“战争”正在上演,对业内来说,这有时候比节目本身还要好看。

(吴名)

天则书院

尚有余席 倾情优惠

天则·世界文明之旅

以色列 探寻世界文明源泉 提升个体生命价值

出团时间: 2015.4.16 行程期限: 8天

详情请登录天则官方网站 www.unirule.org.cn

点击“天则·世界文明之旅:以色列(二)”

欢迎垂询 13718353757

天则经济研究所

国酒之窗

贵州省副省长何力到茅台集团公司调研

2月4日,贵州省副省长何力在茅台集团公司综合楼会议室主持召开蓝莓产业合作发展及食品安全云平台建设有关工作座谈会。集团和股份公司领导袁仁国、陈敏、刘自力、高守洪、王莉出席会议。

会上,贵州茅台酒股份有限公司总工程师王莉就公司投资蓝莓产业和茅台食品安全云平台建设有关情况作汇报,黔东南州、丹寨县、麻江县政府有关领导分别围绕与茅台集团合作开发蓝莓产业有关事宜进行汇报,贵州省科学院就茅台食品安全云平台建设进行了介绍。

茅台集团公司副董事长、总经理、党委副书记刘自力表示,要全面促进蓝莓产业合作的发展,一是要地方政府在政策扶持、渠道建设、原材料收购等方面全力支持,二是要从科学的角度进行宣传,大力推进黔东南蓝莓的品牌建设,三是要有长期发展的战略眼光,一步一脚印、稳扎稳打地推动各项工作有序进行。

茅台集团公司董事长、党委副书记、股份公司董事长袁仁国对省、州、县有关领导对茅台的关心和支持表示感谢,并就集团公司近年来的生产经营情况和食品安全工作进行了介绍,他指出,投资蓝莓产业是公司走出酒的重要一步,公司蓝莓项目筹备组要加强与有关部门的沟通和协调,确保各项工作落实到位。要深刻认识食品安全的重要性,严把有机原料关和生产工艺关,崇本守道,严格把控生产各环节的质量,扎实做好相关工作,做好酒的文章,走出酒的天地。

茅台集团公司党委书记陈敏指出,公司与地方政府蓝莓产业合作及食品安全云平台的建设,涵盖了农业生产、工业加工、科技研发、金融管理、营销物流五大版块,是新兴的朝阳产业。希望在贵州省委省政府的关心和大力支持下,在各方人才、技术的支持下,能够尽快申报国家工程技术中心并取得成功,将相关产业中涉及到的科研问题,纳入到中心的规划中来。

何力副省长指出,茅台是中国白酒的第一品牌,在食品安全、科技创新、经济实力等方面有较大优势,省相关科研机构和黔东南州各级政府要围绕茅台的需求和产业的发展来配置资源,坚持企业是创新的主体这一中心点,科学地做好综合服务工作。要把发展蓝莓产业项目作为循环经济产业来打造,并向精加工方面发展。黔东南州丹寨县、麻江县要加强与茅台的对接,在公司注册和征地等方面予以政策支持,同时积极争取省政府有关政策的扶持,优先保证一期工程的顺利推进和项目建成后对原料高标准高质量的需求,并加大对蓝莓产业的宣传;贵州省科技厅和科学院要做好食品安全云平台建设以及质量体系的论证和发布,增加企业的科技竞争力。要多方齐头并进、通力合作,共同把茅台集团蓝莓产业项目打造成黔东南的龙头企业,打造出一个全国蓝莓知名品牌,促进赤水河和清水河的融合。

此前,在陈敏和王莉的陪同下,何力一行还考察了茅台集团公司包装、酒库车间、技术中心和茅台中国酒文化城。

茅台集团公司党办、公司办、技术中心负责人,省政府办公厅、科技厅、科学院、食品药品监督管理局、黔东南州、丹寨县、麻江县有关领导参加会议。

(刘蔚)