

营销经典

“世界那么大,我想去看看”主人公为企业代言

顾少强受聘担任王道乐途“终身免费智慧出行体验师”

■ 本报驻河南首席记者 李代广

“世界那么大,我想去看看”,写下这个“最具人文情怀辞职信”的网络红人顾少强,回到家乡河南省郑州市了,并正式受聘为王道乐途出行服务有限公司“终身免费智慧出行体验师”。

8月19日上午,在郑州市高新开发区管委会会议室,“世界那么大,我想去看看——她来了,旅游乐系统上线新闻发布会”盛大举行,顾少强和与她今年7月6日登记结婚、定居四川成都的公于夫一起出席了发布会。

旅游乐是郑州王道乐途出行服务有限公司旗下的注册商标品牌,在旅游主管部门、合作旅游景区、企业战略合作机构等相关机构人员见证下,旅游行业的一种全新服务模式宣告诞生!

发布会上,顾少强女士和丈夫于夫一起走上舞台,接受了公司董事长张保盈递过的“终身免费智慧出行体验师”聘书。

据张保盈介绍,受聘的顾少强夫妇,享受旅游乐服务的旅游景点终身免费旅游的待遇,并将以体验师的身份分享心得体会。顾少强女士的“世界那么大 我想去看看”是发自肺腑的对外面世界的向往,也是压抑的职场人对外面的世界的第一次真正呐喊,这句话让全世界为之兴奋,她击中了每个人的心灵,使我们知道外面还有一个美好的世界需要去看看。



采访结束后,本报记者和顾少强夫妇(右二、右一)合影。

顾少强在致辞时说,她对旅游有着浓厚的兴趣,这也是她写出“世界那么大,我想去看看”辞职信的初衷。

顾少强告诉记者:“被聘请为终身免费智慧出行体验师后,我将配合公司工作,并将智慧出行体验、旅行的感受和喜欢旅游的人们共同分享。”

她表示,“辞职只是想体验一下另一种生活方式,而行走是全家人的梦想。现在,于夫就是我的世界,带着‘我的世界’走世界是一件最幸福的事情。我要从我的家乡郑州,从王道乐途开始,走向全世界!”

郑州王道乐途出行服务有限公司董事长张保盈告诉记者,公司的发展战略定位是,中

高端出行服务管家,最终成为“全球性智慧出行服务电子商务平台”。

公司先导产品旅游乐,在全行业倡导“生态模式”,要让产业链上的每一个环节受益,在消费者与旅行社等商家之间搭建一个更全面、更具体、更有效的旅游新闻资讯、旅游消费向导及旅游电商平台,使传统的旅游消费形态因互联网的补充而更便捷实惠。

同时,也为广大旅游商家构建一个更适合于当今社会发展趋势的推广及电商销售服务平台,为传统的旅游销售推广服务注入更多现代化的元素,有力面对竞争的同时实现共赢,给出行人提供带有明显互联网基因的优质生活和全新消费思维,通过持续创新,不断改变人们的出行方式,打造未来人们的新生活方式。

张保盈告诉记者,经过300多天的创新、定位、修改、优化、再修改、再优化等一系列工作环节,旅游乐PC端、APP端完成了最后的内测和公测,迎来了旅游乐系统正式上线的时机,这是旅游界的新创举,也是旅游未来的发展方向。

河南省旅游局相关人士在致辞时指出,从互联网网站推广形象的1.0,到系统内互联互通的2.0,直到今日可以完全改变生活、融入生活的王道乐途旅游乐3.0的上线,虽是一个小小的上线仪式,却标志着一个智慧旅游时代的到来!

延安市招商局局长燕胜利到成都伍田实地考察 希望有机会合作共谋发展

■ 本报记者 何沙洲
实习记者 汪锐磊

日前,陕西省延安市招商局局长燕胜利一行,专程前往成都伍田食品公司参观考察农业产业化发展情况,并邀请伍田食品公司总经理范正海到延安考察,希望双方有机会合作共谋发展。

范正海陪同燕胜利一行参观了伍田公司,在随后的座谈中向来宾详细介绍了企业发展、在农业产业化发展过程中的做法等。伍田食品公司是集优质屠宰、分割、冷藏加工、鲜销连锁和肉制品深加工为一体的大型、综合的肉食品制造企业,按照标准一流、生产一流、产品一流的方针,全面引进德国、瑞士、丹麦以及日本的先进加工设备,建成了世界先进的肉类深加工生产基地和西部地区首屈一指的综合屠宰加工基地,产能达到年屠宰10万头牛、40万头猪、羊、800万只鸡、200万只鸡的加工能力。伍田肉制品深加工基地

是西部肉制品加工技术的领先者,已形成以牦牛肉制品为主、共六大系列的高品质肉制品:熟食食品系列、西式食品系列、休闲食品系列、调味品系列、火腿肠系列、生鲜食品系列,产品畅销全国并通过经贸商销往境外,“伍田”品牌系列肉制品深受广大经销商、消费者青睐。

同时,作为四川省农业产业化经营重点龙头企业、中国肉类食品行业50强企业、四川省农产品先进加工企业,伍田食品公司采取“公司+联合社+农户”的农业产业化经营模式,以“六统一”的原则带动广大养殖户通过养殖增收致富,公司也获得了稳定的原料供应,实现了企业和养殖户的双赢。范正海还向客人介绍了伍田的现代化、规模化养殖模式。同时,伍田公司作为农业产业化龙头企业,率先在同行业中实施信息化改造,强化企业与市场的链接,强化训练企业内部的信息链接,强化企业与农户的链接,进一步促进了农业产业化发展,从而将伍田率先在行业里



双方在交流中商讨合作机会(摄影/刘雨)

提出“企业凭良心做食品,经销商安心销售食品,消费者放心享受食品”的“三心”经营理念更好地落实到生产和销售每一个环节的执行中,赢得了业界和广大消费者的赞誉。

延安市招商局对伍田食品公司在开拓市

场、带动农民增收和产业化发展方面做出的成绩赞叹不已。在播放了延安市的经济及社会发展影碟资料后,燕胜利希望范正海到延安进一步考察,希望双方有机会在合作中共谋发展。

看《捉妖记》学故事营销

■ 李光斗

每个风靡天下的品牌背后都有一个动人心弦的故事。日前,由北大传媒集团和智囊传媒联合主办的“新文化悦读会”在新华国际影城举行。读者们在观赏完《捉妖记》影片后,著名品牌战略专家李光斗为大家现场解读《捉妖记》,并就如何讲好故事与读者们做了交流。

李光斗认为《捉妖记》有极强的现实意义:人比妖厉害,但是人却总打不过妖,是因为有人明里暗里帮着妖;最大的妖其实隐藏在人间,因披了很多层人皮,比人更像人。上世纪80年代就有篇著名的报告文学《人妖之间》,描述了人间如妖界的种种变异。现实生活中的人与人之间的故事,和电影中人和妖之间的故事有着很多共通性。

《捉妖记》大卖故事,李光斗认为电影抓住了三个要素:萌点、笑点和泪点。胡巴的萌、萌人生小孩的搞笑、人妖情深的感人,让看完《捉妖记》电影的人们无不感动。这部电影在博笑的时候还走心,人们在笑过之后,心里还会激起深深的感动。

对比国外大片,中国电影缺什么?李光斗对此的回答是:很多本土电影没有充分了解观影人群的需求,不擅长讲故事,中国电影往往缺一个好故事。

我国电影观影人群平均年龄为22岁,观影人群的观影需求正在发生着变化,高冷酷正在渐渐被萌搞笑替代。《道士下山》为什么卖不过《捉妖记》?《1942》为什么打不过《泰囧》?《一步之遥》为什么会遭遇滑铁卢?主要就是因为没有掌握年轻观影人群需求。不了解电影消费人群需求,在新生代面前,再有名

的导演也会遭遇观众“冷眼”。

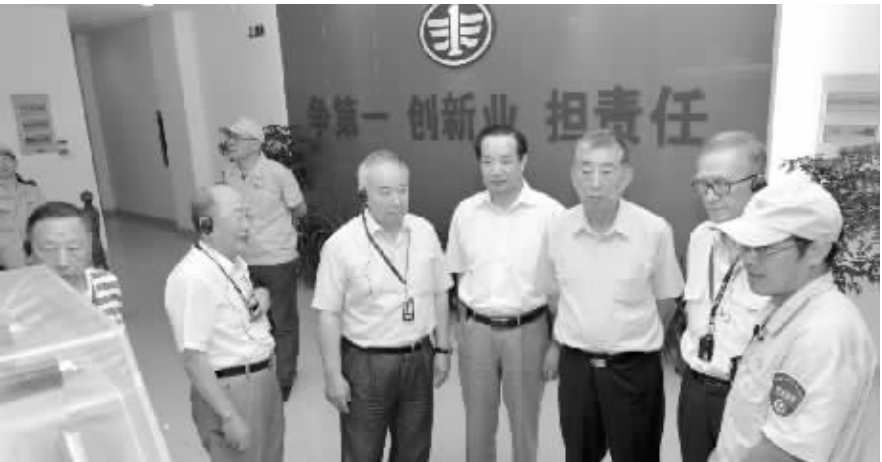
如何与时下的年轻人讲故事?李光斗提醒,有三个要素很重要:人品、情怀、颜值。企业要想拥有持续的生命力,品牌年轻化必不可少,电影也是。《捉妖记》是一部有情怀的电影,为了讲一个精彩的故事,编剧通读了《山海经》和《聊斋》。电影拍完后,由于男主角柯震东吸毒,面临无法上映的尴尬局面。为了电影上映,制片方忍痛换角重拍,同时升华了内容,增加了姚晨、汤唯等明星戏。最后呈现给观众的,依然是一个很动人的故事。不能不说导演内心对这部电影的追求。正是由于缺乏对电影年轻化的了解,即使一些大导演也难以匹敌一些新生代导演,这也是《道士下山》为何惨淡收场、《1942》没有卖过《泰囧》的原因。在电影内容的表现上,一些老电影的表现手法越来越难以抗衡青春电影。

“苏南制造 2025”专家组到无锡泵所调研

■ 潘志军

7月24日,由中国工程院院长周济率领的“苏南制造 2025”课题调研组来到无锡进行专题调研,重点考察高端装备制造业、物联网等产业发展情况,为编制“苏南制造 2025”作准备。这一天,该调研组分组由中国航天科技集团公司科技委主任王礼恒院士带队,

来到中国一汽无锡油泵油嘴研究所进行实地调研,调研组还包括中国石化仪征化纤股份有限公司顾问蒋士成院士、南京炮兵学院刘怡院士、南车株洲电力机车研究所所长丁荣军院士、清华大学校长助理尤政院士、国务院研究室工交贸易司邢建武副处长、中国机械工业联合会特别顾问蔡惟慈等国内知名专家。江苏省经信委党组书记、副主任戴跃强等省市专家陪同调研。



一汽无锡泵所所长朱剑明从三个方面向专家调研组作了汇报:研究所背景、研发方向

及职能;近年来承担的国家04重大科技专项课题进展情况;研究所重点产品电控高压共

轨系统的研发及智能制造产业化情况。专家调研组在听取了汇报后,就电控共轨产品制造技术的难点、批量生产的一致性、高端数控机床研制的可靠性提升等方面的问题进行了询问与讨论,并给出了很多有益的建议。随后,专家组一行对一汽无锡泵所电控共轨研制基地进行了实地考察,对目前产业化建设进展提出了殷切的希望。专家表示:看到一汽无锡泵所研制成功自主电控共轨系统,打破国外垄断,很受鼓舞。希望无锡泵所能够尽快地扩大产能,或将技术向全行业推广,无锡泵所的压力和责任将比以前更大。朱剑明所长表示一定不辜负专家组的期望,联合多方力量,建立中国的共轨技术联盟,结合中国制造2025重点发展方向的规划,努力把无锡泵所电控共轨生产基地建成燃油喷射行业的示范工程,向全行业推广。

北汽幻速7月销量再破万 稳居自主SUV前四

■ 本报记者 王海亮

近日,2015年7月汽车销量榜新鲜出炉,北汽幻速以总量12561辆的7月月度总销量,继续在第十一个月保持着销量过万的好成绩。其中,北汽幻速SUV在7月自主SUV热销排行榜上以1.12万辆的销量成绩,稳居四强宝座。

汽车市场进入淡季 SUV涨势依旧

由于7月已进入传统销售淡季,国内汽车销量下滑幅度加剧,仅有SUV仍然保持着高度增长。据数据显示,2015年7月中国汽车销售150.3万辆,同比下滑7.12%;7月SUV累计销量40.3万辆,同比增长35.8%。

依托SUV市场的旺盛需求,北汽幻速S2/S3系列车型从上市以来一直表现出色,在今年1—7月为北汽幻速提供了大部分的销量与增量。

多款新车即将上市 淡季营销招数多

根据北汽幻速今年的新车计划,将会在下半年推出全新MPV车型——北汽幻速H3、全新SUV车型——北汽幻速S6这两款新车型。除此之外,2016款北汽幻速S2/S3这两款改款车型也将在近期内上市。从市场上来看,这几款车型将成为北汽幻速在2015年下半年销量的全新增长点,再次拉高北汽幻速系列车型在未来的销量,稳固北汽幻速在自主汽车市场中的地位。

如果说去年的北汽幻速只是一个初出茅庐的后起之秀的话,今年的北汽幻速市场表现依旧持续抢眼,已成为中国品牌不可忽视的力量。随着北汽幻速产品线的进一步丰富,接下来的市场表现让人期待。

最成功包装设计:3小时 赢得5000万次曝光量

当一个点在发光时,似乎全人类都在为其欢呼。就如这个法国连锁超市Intermarché的鲜榨柳橙汁品牌,一个小心机的标签设计,轻松为其在三个小时内赢得5000万次的媒体曝光量。

在欧洲,人们消费柳橙汁的数量几乎要占到全球的一半。而对于这种果汁饮品,最大的卖点与触点无非就是新鲜。所以当法国连锁超市Intermarché发现他们的顾客不喜欢在超市里买柳橙汁饮品时,就直接将竞争对手锁定在那些分流他们客户的鲜榨果汁铺。于是乎一个绝妙的点子出现了!

他们推出了一款“即时鲜榨”的柳橙汁产品,为表示新鲜程度,直接在瓶子的标签上大大地印上这瓶柳橙汁的榨汁时间。每一瓶的榨汁时间都在变化,所以每一瓶的“名字”也都不一样,新鲜与否,也就一目了然!

据报道称,这瓶柳橙汁的逆袭,为超市增加了25%的来客数。不管何时,只要你正确且聪明地说出了消费者最想要的,一切营销难题都迎刃而解了。

(顶尖文案 TOPYS)

国药准字H46020636

快克[®]

复方氨酚烷胺胶囊

请在医生的指导下购买和使用

海南亚洲制药股份有限公司生产

海南快克药业总经销

安徽博航投资公司

资金直投(矿山、地产、工农业、旅游项目、企业改扩建、资金周转等)诚招商务代表。

手机: 13739248309 项目经理:苏经理

邮箱: 1046864898@qq.com