

6 品牌营销 Mrand Marketing

顺势创新，成功登陆新三板

“草原牛羊肉第一股” 蒙都羊业发布互联网 + 草原牛羊肉新战略

■ 本报记者 唐勃

4 月 26 日，蒙都羊业在北京隆重召开登陆“新三板”暨互联网+草原牛羊肉新战略发布会。会上，蒙都羊业董事长许录携手战略合作伙伴，与客户代表、政府及行业领导以及 30 多家主流媒体代表共同出席并见证了蒙都羊业(代码为 836510)踏入资本市场的重要时刻。至此，蒙都羊业成为名副其实的“草原牛羊肉第一股”。

如今我国互联网的普及率已超过 50%，并已渗透到人们衣食住行的方方面面。随着互联网+电商的迅猛发展，人们传统的消费观和生活方式被颠覆了，这极大地刺激了人们的消费需求，我国经济增长的动力和结构发生了巨大变化。为此，内蒙古蒙都羊业食品股份有限公司顺势创新，优化产业结构，推动消费升级，终于在 2016 年 3 月 25 日成功登陆新三板。

草原牛羊肉第一股，新起点上继续领跑

成立于 1998 年的蒙都羊业，历经 18 年品牌经营和产业升级的积累和沉淀，产品丰富齐全，涵盖了冷冻冷鲜、休闲、特产、调味佐餐四大领域，款式多达上百余种。产品销售遍及全国 20 个省市地区，斩获专利及荣誉 120 余项。时至今日，蒙都羊业已在国内设有 300 多家直营店，合作百余家经销商，发展成为从有机到集“良种扩繁→育肥养殖→屠宰分割→精深加工→餐饮连锁”于一体的，规模大、力量强的牛羊肉全产业链集团，享有“从牧场到餐桌”食品安全全程可追溯的牛羊肉行业领军品牌的美誉。

于蒙都羊业而言，新三板的成功登陆是一次新的业态转型，是一个迈向新征程的新起点，有着里程碑式的意义。挂牌上市极大地提升了蒙都羊业的行业知名度，扩大了品牌影响力。蒙都羊业“新三板”挂牌上市目标

家电巨头“跨界联合” 奥克斯 3 月营销再出奇招

在经历了 2 月强势启动、3 月主动引爆后，一轮引领潮流的终端市场促销战役，已经全面打响。奥克斯空调今年的市场动作，可以说在坚守“走自己的路”过程中，逐渐形成自成一派的战略新打法：节奏上更快，力度上更拼，玩法上更多变。

奥克斯在空调行业素来以“爱玩”、“敢玩”，玩出新花样而著称。其在今年的空调市场开局之后，同样以明星泛代言计划和 IP 模式打造空调新品，再度抢夺市场眼球。

除了在促销上保持节奏上的稳、准、狠，和快速跟进之外，奥克斯在产品 and 营销上还善于创新。联手素有“小猎豹”之称的新生代偶像郑恺，担当全球首席产品体验官，并推出 AYA 系列精品。据了解，未来奥克斯还将会继续通过明星“泛代言”计划来推动 IP 模式下的空调新品发布和打造。

近年来，奥克斯空调确立了“主动进攻”的市场目标。所以，从去年底到今年以来，整个奥克斯空调市场营销节奏可以说是“步步抢先、步步为赢”。

与其他企业的促销活动有所不同，深谙“价格战”的奥克斯并非简单粗暴的降价，而是更注重产品“价值”。空调销售市场信息显示：奥克斯空调“3 月大惠战”推出短短两周时间，出货量喜人，同比劲增 25%以上，实现了在品牌、产品和市场上的一炮三响。

在今年空调市场旺季大战开启前夕，奥克斯已经成功走出一条自发展、自驱动、自升级的新路径，通过产品、技术、品质和营销的多轮驱动，轮番亮相、频频出招，成功抓住消费升级的主潮流，实现 2016 年空调市场的逆市领跑。

(舒玛)

辉山携手花妖开启娱乐营销新模式

在刚刚结束的 2016 花妖/WCA 动漫游戏嘉年华暨花妖珍果蔬乳酸菌新品上市发布会上，辉山乳业宣布与花妖组委会达成战略合作协议，并首次发布了与花妖共同推出的“花妖珍果蔬”主题定制乳酸菌产品，“互联网+时代主要的特征是跨界与分享，此次合作是基于大家理念高度一致，整合双方优势资源的同时又能打破边界”，辉山乳业集团副总裁尹东利表示，希望借助与花妖的合作打造乳酸菌行业的爆款产品。

作为在旅游景区举办的游戏动漫音乐节品牌，花妖自推出以来便受到了广大年轻群体的追捧，辉山则希望借助花妖在年轻人中的影响力俘获年轻消费者。

只有开放才能融合，这也是跨界思维的



●蒙都羊业董事长许录宣布启动互联网 + 草原牛羊肉新战略。

已然成功，下一步蒙都羊业将会大力发展新业态，推进“互联网+草原牛羊肉”新战略，进一步扩大市场规模，占领“从牧场到餐桌”草原牛羊肉领军品牌的高地，在新起点上继续领跑。

专注牛羊肉行业，主攻预制食品，推动消费升级

近年来随着人们生活品质的提升，消费

升级，以绿色健康为代表的牛羊肉食品也随之升温，高端牛羊肉市场的需求和购买支持呈现出持续上升的喜人态势，加之都市懒生活的消费习性，预制食品消费也随之兴起，可以预见未来牛羊肉预制食品市场前景广阔。

为此，蒙都羊业董事长许录表示，在供给侧改革的大背景下为推动消费升级，蒙都羊业会持续专注牛羊肉行业，布局并大力投入预制食品的创新和研发，结合传统与现代，融合肉品与文化，借助资本的力量更好地进行市场化运作，充分挖掘和发挥资源、技术、团队优势，在目前五大生产基地和三大优势的基础上推行更加高效的互联网+战略管理和运营，不断提升蒙都羊业在牛羊肉市场上的竞争力，为打造“中国牛羊肉预制食品第一品牌”而努力奋斗。

携手京东，启动 C 端战略，打造更辽阔的草原食材供应帝国

对于下一步的“新战略规划”，除了预制食品的开发，蒙都羊业还有更大的目标。据工信部数据公布显示，我国移动互联网用户仍在持续增长，截至 2016 年 1 月，总数高达

9.8 亿户，移动端消费群体愈加壮大。因此，及时调整战略，把线上业务和实体店销售结合起来，将商业模式由 B 端渗透并拓展到 C 端势在必行。

为此，蒙都羊业携手京东，与其生鲜事业部达成战略合作，未来将全面启动 C 端战略和完善全网销售战略，秉承“为人品质健康食品而服务”的一致价值观，借助其多元化的销售渠道实现产业升级，共筑互联网+互动营销服务平台。据悉，京东生鲜冷链配送的城市覆盖范围广，未来 3 年将扩充至 240 个，用户活跃度方面也是电商平台行业翘楚。未来，蒙都羊业的生鲜产品借助京东的冷链配送通道到达 C 端，其 C 端战略推进志在必得。

C 端战略是蒙都羊业在目前增长空间明晰的基础上展开的重要布局，蒙都羊业的云平台搭建及与京东商城平台的合作皆为是重大突破。随着电商平台云计算、大数据及物联网技术的迭代和成熟，越早坐拥庞大的用户群体，对蒙都羊业未来全网整合营销的发挥越是大有裨益。亦可以说，圈住用户，有利于为全网整合营销提供保驾护航的支持作用。互联网+草原牛羊肉新战略布局将促使蒙都羊业能够在更广阔的领域参与更激烈的竞争，加速规划中“打造更辽阔的草原食材供应帝国”的目标实现。

未来，蒙都羊业在探索品牌建设、电商营运发展的道路上将不再是单枪匹马。蒙都羊业将会携手更多主流电商资源伙伴，铸造一艘屹立不倒的友谊大船；秉承以务实为基础，以创新为发展，以品质为保障发展新业态，做好互联网+“草原牛羊肉第一股”的榜样示范；借助资本的力量快速发展，不断创新产品模式为企业添砖加瓦，成为消费者和终端销售平台的桥梁，喜气洋洋实现“中国牛羊肉预制食品第一品牌”的企业既定目标。

据王璐介绍，百安居这两年苦练内功，推出了许多提升管理及服务水平的变革之举。首先，百安居为所有装修客户建立施工微信群，用户有任何问题，都会及时得到从基层施工人员甚至总部高管的解答及跟进；其次，对于已装修完毕的用户也建立了售后微信群，对于使用过程和质保期内产生的问题，有一小时应答机制，并委派相应工作人员专门解决。百安居通过用户终端的直接反馈，不断发现问题，完善管理，倒逼内部提升服务。这样做既提升了顾客的消费体验，也提升了百安居的管理效率。

(付娟)

据王璐介绍，百安居这两年苦练内功，推出了许多提升管理及服务水平的变革之举。首先，百安居为所有装修客户建立施工微信群，用户有任何问题，都会及时得到从基层施工人员甚至总部高管的解答及跟进；其次，对于已装修完毕的用户也建立了售后微信群，对于使用过程和质保期内产生的问题，有一小时应答机制，并委派相应工作人员专门解决。百安居通过用户终端的直接反馈，不断发现问题，完善管理，倒逼内部提升服务。这样做既提升了顾客的消费体验，也提升了百安居的管理效率。

(吕元翔)

百安居开启外拓营销新策略

作为中国店面最多、规模最大的建材超市，百安居在北京市场上这两年行事却相当低调。一直以来，百安居都以统一的促销为主，各门店小规模的外拓营销为辅。然而就在今年，百安居却一改以往低调沉稳的营销风格，开始了大规模的全城协同的外拓营销活动。据百安居华北区域总经理王璐表示，以后城市级别的大动作将会持续进行。

王璐告诉记者，传统家居建材的销售主要有两个渠道，一是通过实体店面，二是通过展会、团购的形式邀约用户到现场集中成交。而百安居在过去的一段时间过

于依赖自身强大的店面客流，忽略了依靠团体签单会来进一步扩大市场占有率。而百安居在这方面也同样具备很多得天独厚的优势，首先，百安居自 2003 年全球旗舰店北京金四季店开业以来已经在北京市场精耕细作了十几年，在北京家居建材市场上形成了良好的口碑和影响力；其次，百安居家装及建材超市一体化，形成了装修选材一站式的独有模式；第三，百安居与时俱进，与天猫强强联手先后推出了超高性价比的 999 元/平米的环保豪装套餐和 699 元/平米的舒适型家装套餐，进一步丰富了百安居攻城略地的有效手段。

稻花香·2016 中国龙舟公开赛 面向社会征集参赛队

4 月 20 日，宜昌市体育局下发《关于做好 2016 年中国龙舟公开赛（湖北宜昌站）组队参赛工作的通知》文件，稻花香·2016 年中国龙舟公开赛拟向社会公开征集 10 支职业龙舟队和 12 支业余龙舟队报名参赛，共享龙舟文化盛宴。

本次比赛将于 5 月 31 日至 6 月 3 日在宜昌市夷陵区龙泉镇龙泉铺古镇水上乐园隆重举行，比赛设公开组和业余组两个组别。其中公开组由省、自治区、直辖市、计划单列市、新疆建设兵团、解放军、行业体协以及承办地为单位报名参赛的 10 支队伍组成，每队限报 26 人。业余组由

宜昌市各乡镇(街道)，市直各部门，各人民团体，各企事业单位及各体育协会为单位报名参赛的 12 支队伍组成，每队限报 16 人。

报名参赛单位需登陆中国龙舟协会官网 (<http://dragonboat.sports.org.cn>) 下载确认函及报名表填写相关内容，于报名截止时间 5 月 20 日前传至中国龙舟协会和赛事组委会指定邮箱。其中，参赛运动员需按通知要求进行运动员备案，并须经县级以上医院当年检查证明身体健康，具有着衣无协助游水 200 米以上能力。

此次比赛公开组将进行 22 人龙舟

200 米、500 米直道赛和 5000 米绕标赛，业余组将进行 12 人龙舟 200 米、500 米直道赛和拔河赛。两组总成绩前 6 名将获得总成绩奖杯、奖牌、证书及奖金。

宜昌市体育局相关负责人表示，龙舟运动因屈原而兴，宜昌是屈原的故乡，是中国龙舟发祥地，本次比赛旨在传承龙舟精神，进一步推动龙舟文化的传播，助力龙舟运动的发展，力争将此次比赛打造成为一场高规格、高品质、高水平的龙舟盛会，为宜昌市民奉献一道精彩绝伦的端午文化大餐。



●与客户合影留念

广交会环宇收获满满

■ 卢书友

由国家商务部和广东省政府共同主办的第 119 届广交会第一期，日前在广州中国进出口商品交易会展馆隆重举行。作为中国电气行业龙头企业，环宇电气连续多年参加展会。老客户不断新客户增加很多，收获意向订单约 350 万美元。

环宇电气展位设在展馆的 B 区 11.3。这次广交会全球采购商到会统计约 10 万人，亚洲采购商为主有 5 万多人，欧洲、美洲及非洲各 1 万多采购商到会。环宇接待的新客户，多半来自东南亚地区的马来西亚、新加坡、缅甸、泰国、南亚地区的印度、孟加拉国，中东地区的伊朗、阿联酋，南美的巴西和欧洲的波兰、西班牙等国。他们对环宇 HU 系列万能式断路器、小型断路器、塑壳断路器、隔离开关、熔断器等高性能产品非常关注。环宇 H8 系列光伏发电产品、风力发电系列产品、风电专用断路器、接触器等新产品也成为关注的热点。

值得高兴的是，展会一期刚结束，就有几个国家的新老客户陆续来到环宇考察参观，进一步洽谈合作事宜。来自印度的辛格说：“我们与环宇是老朋友。环宇品质，值得信赖。”

兴乐产品 助力中国航天事业腾飞

■ 卢娜 叶丽娜

4 月 15 日，中国迄今为止装药量最大的直径 2 米分段式火箭助推发动机全尺寸工程样机地面热试车圆满成功，这是我国在推动固体火箭发动机向航天运载领域拓展进程中的一大里程碑事件。兴乐集团作为电缆行业领军企业，全程为新建成试车基地提供工程电缆，为新型火箭助推发动机的试车成功提供了一份有力的基础设施保障。

自 2011 年以来，兴乐集团凭借强大的科技实力，高品质的产品优势先后与我国航天系统多家单位、多个项目达成重要合作，输送产品主要包括(低压)YJV22-0.6/1kV 系列、(中压)YJV22-8.7/10kV 系列等。此次火箭助推发动机项目的合作单位为中国航天四院下属单位，该单位为航天动力技术研究院旗下全资企业，该院则隶属于国务院直接管理的特大型企业集团——中国航天科技集团公司。

据了解，兴乐集团一直致力于为新能源、电力、交通、矿产、石化、冶金、通信、建筑建材、军事装备等行业提供高端服务，并不断拓宽客户领域。此次火箭助推发动机的试车成功，不仅说明兴乐集团系列电缆产品得到了航天事业的认可，也提升了兴乐电缆产品在重大工程项目以及顶尖领域的口碑和经验。

瞄准市场需求 实施精准开发 浙江力普黄原胶专用 粉碎生产线热销

日前，中国粉碎技术领航者——浙江力普粉碎设备有限公司创新研发的 4 条黄原胶专用粉碎生产线在新疆一家著名黄原胶生产企业安装调试成功，投入正常生产。至此，该生产线已被新疆、甘肃、内蒙古、山东、河北、河南、黑龙江、上海、江苏等国内著名的黄原胶生产企业普遍采用，深受好评。用户使用表明，设备运行平稳、粉碎效率高，不用停机即可调节粉体细度，且细粉能全部回收，不污染环境；维修、操作和清理方便，生产能力强，不同规格的产品每小时可达 500 公斤至 2 吨不等，成为业内的佼佼者。

据悉，被誉为“工业味精”的黄原胶是一种淡白色或浅黄色的粉末，是目前国际上集增稠、悬浮、乳化、稳定于一体，性能最优越的生物胶，广泛应用于食品、医药、精细化工、石油钻井、陶瓷、纺织、印染、造纸、消防、涂料、化妆品、农业、环保等国民经济各领域，是一个市场潜力大、生产开发前景好的微生物多糖。

黄原胶项目属于生物工程高技术产业，技术密度程度高，工程化难度大，主要有美国、法国、澳大利亚、瑞士及中国等少数国家生产。

超微粉碎是黄原胶重要的深加工技术之一。黄原胶在工艺制备中，经生化反应、干燥后的半成品需要高效的粉碎系统来提升产品的使用效果，因此选用专业对口的粉碎设备至关重要。针对这一状况，浙江力普依据黄原胶的特性，从实际需求出发，进行定向精准开发，量身打造，开发了一款黄原胶专用粉碎生产线，可根据客户的要求，为其在 80 目、200 目和 325 目等不同工序提供专业的粉碎单元解决方案，攻克了一般粉碎工艺存在的产品密度大、易扬尘、溶解慢等缺陷。

浙江力普咨询热线：13806745288、13606577969
传真：0575-83152666；
力普网站：www.zjleap.com；
E-mail:zjleap@163.Com