

6 品牌营销 Mrand Marketing

VR 带给传统地产营销新思路

2016 年是 VR 的发展元年，无论是科技、互联网还是资本，大家纷纷加入到 VR 的战略布局中。在这波气势如虹的大潮中，VR 和游戏、影视、教育以及医疗等行业发生了深度的化学反应，就连传统的房地产行业也开始了 VR 的深度结合。VR+房地产的创新模式，让原本十分传统的地产营销有了新思路，开发商对此亦是青睐有加，用户在 VR 样板间中也得到了和以往完全不同的全新体验。

VR 对于传统房地产营销方式的变革绝不只是对样板间的颠覆，VR+地产已经做到城市空间、楼盘全场景、景观、精装样板间的 VR 体验，并针对为住宅地产、商业地产、养老地产、文旅地产、科技园区、城市规划这些不同地产业态打造专项的全场景解决方案。并且在 VR 交互中植入了游戏互动的元素，使用户可以更深入地体验到房产的细节。

VR+ 房地产全场景解决方案

整个房地产+VR的解决方案不仅仅是模型的搭建，它一定是根据整个项目的特点、属性结合一些新的创意，根据它的营销特点以及项目卖点进行的一套整体的解决方案。

目前 VR 和房地产的结合已经不仅仅是样板间，很多人接触 VR 可能是从样板房开始的，真正卖一个楼盘项目不仅仅是看样板房，要包括城市规划、城市空间展示、景区规划、VR 样板间还有一房一景，这些都可以通过 VR 展现。VR 的体验如果仅仅是展示还是浅层的，如何增加更多交互内容植入进去



让它从营销环节入手切入到运营，包括整个运维阶段，也包括引入地产的游戏、VR+培训、VR 体验中心。

VR 对于房地产的颠覆已经开始了，从以前的效果图时代到动画时代慢慢进入到 VR+地产的时代，而整个 VR+地产首先最主要的需求就是时间、空间还有定制化，那么对于时间、空间、定制化来讲，其实基础在于模型，而这种模型技术其实通过效果图和动画都已经积累了大量的模型，这些模型技术只要结合 VR 硬件这样一个设备再加上创意的 VR 故事串起来，可以极大地提高房地产的营销效果。

“VR 营销对于房地产销售来说确实是一种新事物，这种可以呈现‘未来’的方式，对于现房还未建成的地产商来说，VR 可以给

用户带来一种模拟现实场景的体验，带给购房者更加真实的现场环境体验”。龙湖地产长城源著项目营销负责人陈贺也表达了自己对于 VR+房地产的看法。他认为目前 VR 看房给房地产销售带来了锦上添花的作用，但是由于技术等因素的限制，在用户体验方面还有提升的空间，未来在 VR 技术不断成熟之后，能够给用户带来无限接近现实的用户体验时，VR 就会像沙盘和户型图一样成为每个地产销售中心的标准配置，甚至能够替代现有的产品。

VR+ 养老智能家居体验

VR 在产品延展方面也开始专注于适老化产品的设计及研发，为各类养老机构提供适老化空间改造及适老化产品整体配置服

务。养老+虚拟现实 VR 产品已经应用到了众多老年项目当中。通过 VR 技术，将“健康养老产业体验馆”揣在兜里，实现空间适老化、适老化用品设计亮点的交互式体验，将所有案例 VR 化。用户可以通过 VR 设备随时随地体验适老卫浴用品、适老家具/家居、智能系统、康复器械、生活辅具、休闲娱乐等内容。

用户可以通过 VR 设备查看养老用品，这里每款家具充分理解长者所需，每一个尺度都考虑到长者的特殊使用需求，关爱每一个细节，针对每一项身体机能衰退都含有一个隐藏式适老化设计元素，沙发坐深偏浅，坐高提高，可以使长者在使用时不会完全陷入而难以起身，扶手前端圆角设计，扶手高度提高。

VR 为城市级地产项目“加分”

如果说 VR 的样板间项目仅仅是为地产项目锦上添花，那么对于城市规划级项目则是雪中送炭。“在类似于城市规划级的项目当中，很重要的一点就是如何让人们看到一个城市几十年以后规划的样子，这点用以往的沙盘手段展现效果并不好，用户不能近距离观察整个规划的全貌，而用 VR 的手段就很容易实现，用户也能得到很好的用户体验。”华银集团策划总监陈乾对此相当认同。VR 和房地产的结合是一个大的趋势，尤其在城市运营和旅游地产中的表现更为突出。未来房地产企业会向更多的服务性方向发展，VR 在其中也会有更多的应用空间。

(北青)

海尔中央空调全国 42 城市启动家装结盟精准营销

5 月 10 日起，海尔中央空调在全国 42 城市启动家装联盟创新营销模式，联合家装、整装异业品牌，与精准用户面对面交互，为用户提供更高质量的家庭舒适空气解决方案。

2015 年中央空调整体市场容量下滑，而家用中央空调却逆势上扬，市场容量同比往年增幅达 13.3%，这取决于房地产市场回暖，精装房的比例提升以及二胎时代到来等因素。海尔中央空调率先创新营销模式，不遗余力地内外合联，进行用户资源最大程度的集聚。此次海尔中央空调调动全国 42 城市小微

共同行动，聚焦家装用户，发动全生态圈用户，扩大覆盖面积和影响人群。如此一来，既可以集中资源给用户更多实惠和更高质量的服务，又能减少单独活动的重复资源浪费，进而集中全部资源服务用户，提升投入产出比。

合内的同时还联外。海尔中央空调致力于与异业品牌达成利益共同体，精准筛选家装、整装类优势品牌，以异业结盟的形式扩大品牌，实现上下游产业信息收纳，直面更多精准目标用户群，互相促进用户成交转换，打造利益共同体，实现强强联合、优势互补，直接促进销量提升。

“内外联动均是基于用户需求的满足。”海尔相关负责人表示，举行的活动不仅让用户享受到了优惠，而且联合的装饰公司、整装公司、地板、建材等异业品牌均为国际国内一线品牌，品质也得到了保障。而海尔家用中央空调更是强化产品智能、节能功能趋势，从用户生活角度入手，为用户提供最佳产品解决方案，打造完美生活体验。

与异业大品牌的顺利联合也是对海尔家用中央空调产品优势和市场认可度的肯定。目前，海尔家用中央空调高端住宅解决方案风靡欧美，在欧洲占据 5% 的市场份额，仅意

大利就以每年 30% 的速度增长。与国内市场上的品牌相比。不仅凭借 20 年的核心科技赢得用户信赖，更在服务上一站到位，实行“五段全程标准”服务，以及 6 年保修政策。

在国家推动供给侧改造的背景下，异业间的跨界合作逐渐成为新常态，在此其中，用户需求的满足是重要的驱动力量，各攸关方利益的共赢是获取的最佳结果。而海尔中央空调在智慧空气生态圈战略指导下，携手上下游产业，进行行业资源互补、优势整合，为生态圈伙伴创造价值，实现用户需求全流程的积极响应和持续引领。

(山青)

51talk 面向全民学英语的营销策略

■ 欧阳娜

近年来，网络英语教育得到了快速发展，51talk 开创了外教一对一式的教学方式，利用网络平台开展全民教育，取得了较好的发展成果。从 51talk 的成功经验来看，其独特的教学方式以及丰富的教学资源是基础，而在市场营销方面所进行的营销方法创新也起到了重要的作用。正是由于 51talk 采取的面向全民学英语的营销手段，极大地提高了对于学员的吸引力，市场定位较为准确。

本世纪初期开始，我国兴起了英语热，在我国经济的快速发展中，英语人才需求也在不断增大，甚至兴起了一股全民学英语的热潮。51talk 的出现正是抓住了这一市场机遇。同时，随着网络英语教育的兴起，51talk 在网络教学模式方面进行了更加有效的创新，利用网络平台丰富教学方法，制定了适宜的营销策略策略，这是 51talk 能够取得成功的关键。

一、51talk 成功的原因

1. 丰富的资源优势

从 51talk 的成功经历来看，其丰富的资源优势起到了重要的作用。在网络英语教育市场的热潮中，出现了大量的网络英语教学机构和网站，形式上也是千差万别。事实上，与 51talk 同类型的网络英语教学网站和机构有很多，51talk 能够从中脱颖而出，占据一定的市场份额，同其丰富的资源优势有着重要的关系。51talk 改变了传统的网络英语教学资源模式，从提供国内教学资源转变到了提供国外教学资源，同一些国外相关的教育机构合作，整合国外教学资源，并结合国内的实际情况进行资源转换和优化。在 51talk 的快速发展中，也一直侧重于资源的丰富，打造具有竞争优势的教学资源储备库，为不同阶段、不同需求的学员提供相应的资源，充分发挥这种资源优势。

51Talk 课程分主修课、专业课和选修课三类。主修课使用 51Talk 经典英语教材，完美匹配 25 分钟的外教一对一在线课堂，系统性学习更保证效果，助学员全面提升英语能力，轻松掌握地道英语。专业课适合有专业的英语学习需求或考试的学员，在学习主修课或专业课的同时，选择选修课可以开阔知识面，让英语学习更有趣。丰富的资源优势，也为促进 51talk 的长远发展起到了重要作用，对于网络教育来说，资源是一种长期竞争的核心要素，无论是对于英语教育机构，还是对于英语教学网站来说，谁拥有了更加丰富的教学资源，谁就拥有了未来的竞

争优势。这种教学资源，包含了教学课程内容、教师资源以及其他相关资源等等，51talk 不但注重扩充资源，其在资源整合方面也获得了较好的效果，特别是在网络英语教学资源整合方面，51talk 有着较强的优势。

2. 独特的教学模式

在教学模式方面，51talk 改变了传统的网络英语教学模式，其所有的教师均为外教，由外教对学生进行一对一的网络授课和指导，通过这种教学模式的创新，提升了对于学员的吸引力，并且也取得了较好的教学效果。虽然目前我国网络英语教育发展较为迅速，但是在教学模式方面，本质上而言仍旧是较为传统的，缺乏较好的创新，没有针对网络教育的特点进行相应的优化和创新。例如网络课堂授课的方法，虽然便于学员更快地接受，也有利于降低教学成本，但是很难提升对于学生的吸引力，难以获得较好的竞争优势，51talk 正是认识到了这一点，在教学模式方面进行了彻底的改革，为学生提供外教教学资源，以纯正的英语教学内容作为核心竞争要素。

同时，这种独特的教学模式，对于 51talk 来说，在这一过程中，通过建立独特的教学模式，不但有效地提升了教学效果，也成为了其市场推广中非常重要的一个核心要素。例如在当前 51talk 的市场宣传推广中，将外教一对一教学模式作为一种宣传要素，吸引了注意力，特别是在一些网络渠道的市场营销宣传中，取得了较好的宣传效果。因而可以看出，独特的教学模式，也成为了 51talk 市场竞争中的一种差异性竞争策略。通过采用这种竞争策略，有利于提升其市场竞争力。

3. 全民学英语的营销手段

所谓全民学英语的营销手段，也就是 51talk 抓住了当前全民学英语的热潮机遇，积极采取了相应的市场营销手段，丰富市场营销方法，在市场营销中，打造全民学英语的核心营销概念，以此为基础，制定相应的营销策略。在这一过程中，全民学英语的关键，也在于对市场定位进行调整，51talk 在这一市场营销策略的指导下，制定了相应的市场策略，特别是在价格定价方面，低廉的收费能够被广大学员所接受。同时，在教学内容和教学方法方面，51talk 也针对全民学英语的特点进行了相应的调整，针对不同类别、不同需求、不同年龄的学员，分别有着不同的教学内容和教学模式。例如对于一些有着较高专业性要求的学员，为其提供专业教学内容，而对于一些英语基础不高的学员，

提供业务英语教学内容。

通过针对全民学英语的特点，制定相应的营销手段，提升营销效果，极大地促进了 51talk 的市场营销发展。事实上，在这一过程中，51talk 还采取了一些较为新颖的市场方法，特别是借助于互联网平台，开展相应的网络营销活动，如在自媒体平台进行宣传推广，或者定期的在网络平台开展一些促销活动等等。利用体验营销的方法，注重给学员带来较好的学习体验，主打外教一对一教学模式优势，利用其丰富的教学资源和独特的教学模式，提升对于学员的吸引力。辅以体验营销的相关手段，取得了较好的市场营销效果。

二、51talk 成功的经验

1. 打造差异性竞争优势

51talk 的成功，也给我们带来很多可以借鉴的经验，从 51talk 的成功经验来看，其在教学资源、教学模式方面所采取的策略，均是为了在市场竞争中获得差异性竞争优势，并且将这种优势同 51talk 的品牌形象和品牌价值进行了较好的融合，极大地提升了竞争效果。因而对于网络英语教育来说，可以借鉴 51talk 在这方面的成功经验。事实上，近年来，随着我国英语教育市场的快速发展，大量英语教学机构开始进入这一领域，网络英语教学网站如雨后春笋般出现，并且也获得了快速发展。可以预见，在未来的网络英语教学市场中，可能会出现市场饱和的现象，如何打造具有差异性竞争优势的品牌，对于提升市场竞争效果就有着十分重要的作用。另一方面，从 51talk 的成功经验也可以看出，利用差异性的竞争优势的网络英语教学模式来进行市场竞争，关键在于从内角度入手，采取相应的完善策略，如在教学资源、教学模式、教学内容等方面进行相应的优化和改革，提高同其他同类英语教学机构的差异性。

2. 把握新时期网络英语市场需求

进入新时期以来，网络英语市场需求也发生了一定的变化，英语学习需求更加多样和个性化了，不同类别的学员在英语学习方面的需求也有着较大的差异，统一的英语授课已经难以适应新时期多样化和个性化的需求。从 51talk 的成功经验来看，也可以较好地发现这一点，51talk 在英语教学内容、教学方法和教学模式等方面都进行了细化和分类，对于不同学员的具体需求，可以分别提供相应的教学方案。可以借鉴其成功经验，正确把握新时期网络英语市场的需求特点，注重为学员提供更加个性化和多样的教

学内容，以需求为导向，制定相应的教学方案和教学规划。并且还可以在网络教学中，为学生提供个性化的成长方案和教学方案，学生可以针对自身的实际情况，进行个性化英语学习方案的定制，自主选择课程安排。通过这种教学模式的改革，有利于更好地满足英语教学市场需求，从学员需求角度出发，建立起更加完善的教学体系。事实上，51talk 在教学过程中的这一系列调整，正是对于网络英语教育发展模式的改革。在市场营销方面是以市场需求为核心，同样的也应当反映到企业发展战略方面，对于网络英语教育机构而言，应当制定更加适宜的发展战略，体现出市场需求的主导性。在不同时期和不同阶段，为学员提供更加具有针对性和有效性的英语教学。

3. 市场营销与资源优势的统一

51talk 之所以能够获得较好的成功，其中一个非常重要的因素便在于 51talk 将市场营销与自身的资源优势进行了较好的融合和统一。市场营销活动的开展，突出其资源优势的宣传推广；而在资源配置方面，则依据市场需求来进行相应的调整。对于其他网络英语教育结构而言，也可以较好的借鉴 51talk 的这一成功经验，不但要注重自身资源的建设和储备，也应当注重市场营销活动的开展。首先，在市场营销方面，应当结合其自身的优势开展相应的市场营销活动，在市场营销宣传推广中，将自身优势作为一种核心的宣传推广内容，强调其差异性优势。其次，在资源建设方面，无论是教学课程资源还是教师资源，都应当依据市场营销活动进行相应的调整，例如可以根据不同时期市场营销活动的需求，在资源方面对于一些劣势不足进行补充。另一方面，在市场营销活动与资源优势的统一中，还应当对结合方式进行优化，使得资源优势能够在市场营销活动的推动下进一步扩大，而在市场营销方面，则使得其资源优势能够发挥出差异性竞争的作用。

整体而言，51talk 在近年来的发展中，其丰富的教学资源优势和独特的教学模式以及在市场营销方面所采取的一些方法和策略是其能够获得成功的关键。对于其他网络英语教育机构而言，可以借鉴 51talk 的成功经验，正确看待当前网络英语教育的现状，注重提高自身的差异性优势，打造具有核心竞争力的教育品牌，这对于更好地获得市场发展有着重要作用。

（作者单位：西安建筑科技大学。课题：支理理论在理工科院校科技英语翻译中的应用研究）

打造个性互联网营销，走可持续发展之路

互联网无国界，在互联网上，永远不会缺少潜在的需求，客户普遍存在于世界的每个地方，互联网营销应该关注的是交易额，而不是点击率，把握细节处的展示，能够加深访问者的好感度，从而达到成交目的，所以说，与其千篇一律的模仿，不如花点心思，好好用心经营企业自身产品，打造其独特性。

网站是互联网营销的门户，把握细节的网站，能被访问者牢牢记住，在众多案例中，访问者明显倾向于细节打造的很好的网站，至于细节处，是要深入人心的换位思考，这样的网站才能让人印象深刻。

把方便留给访问者。如果您想促使访问者在线购买您的产品或使用您的有偿服务，那么您必须先为他们建立一条方便的通道，以便他们得到各种想要的信息，请记住：千万别在这条通道上设置任何障碍，任何强迫访问者进行注册的手续都应该尽可能的省略。举一些简单的例子：在网页的顶部或左边添加快速进入网站各级页面的导航条，很多人习惯以这种方式来探索您的网站；在网站上加入网站内部的搜索引擎；一个简单的返回按钮肯定会使您的网站看起来更加友好。

更加坦诚。没有必要对您的访问者隐藏某些东西，包括您的姓名、电话号码、邮件地址、住址等等。您得向他人证明您的坦诚，以便他人认为您的产品或服务也是真实可信的。您所有的努力最终会赢得客户的忠诚。

强调服务质量。您必须利用尽可能多的机会，向您的访问者传达这样一种信息：您所提供的产品和服务是一流的，并且不会给客户造成任何的麻烦，比如在产品的维修方面或服务的技术支持方面。当您收到客户给您邮件时，请迅速回复，客户的来信比黄金还要珍贵。既然您最终会回复所有客户的来信，为什么不马上就做呢？

网站的更新与改版。经常更新网站内容，并定期进行网站的改版，既有利于网站的发展，也可以始终保持访问者对于网站的兴趣。这里，提供您一个简单的方案来保持网站的“新鲜度”。在网站的首页摆放一张更新的列表，并经常滚动更新这张列表，可以使整个网站看起来“充满活力”。

都说互联网发展快，企业跟不上时代的变化，然而事实情况是，在互联网营销中，一些企业仍然做得有声有色，互联网的制胜关键光靠某一点确实不太可能，但更人性化的设计和服务，必定能帮助企业在众多竞争中脱颖而出。

(吴敏)

实现精制棉制备纤维素的规模化粉碎生产并有效集尘 浙江力普精棉粉碎成套生产线的研究及产业化列入科技计划

日前，2015 年嵊州市科技计划立项项目名单发布，国家高新技术企业，中国粉碎技术领航者——浙江力普粉碎设备有限公司研发的“精棉粉碎成套生产线的研究及产业化”项目榜上有名。这是该产品获得国家专利(专利号:ZL 201320555760.X)之后的又一荣誉。

被誉为“特种工业味精”的精制棉是制造醚类纤维素、硝化纤维素和醋酸纤维素的主要材料，广泛用于食品、医药、日化、塑料、电子、造纸、冶金、航空航天等众多领域。但目前国内用于粉碎精制棉的领域一般都存在效率低、人工要求高、粉尘污染等问题。

作为中国纤维素行业协会会员单位，浙江力普专注、持续在这一领域进行了系列创新开发并获成功。精棉粉碎生产线集打散、检测、粉碎、集料、除尘于一体，实现了精制棉制备纤维素的规模化生产并有效的集尘；该生产线对塑料薄膜、胶片、纤维性物料和热敏性物料均能进行超细粉碎，特别适合于绒状、絮状棉纤维及纤维素醚类产品(如精制棉、棉麻、光纤、泡沫、橡胶等)的超细粉碎，广泛适用于化工、塑料、橡胶、造纸等行业。经山东、浙江、江苏、上海、河南等地企业使用证实，同类产品产量可提高 40%，耗能降低 20% 左右。产量达 200~350kg/h，粉碎刀片采用高强度、抗冲击、耐磨性好的进口特种耐磨材料，并可重磨使用，使用维护成本低、稳定性好。目前，该生产线与纤维素成品粉碎机、湿粉碎机三项产品已经在纤维素行业中广泛应用，客户涵盖国内规模前十位的纤维素醚生产企业并获得高度认可。

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