

6 品牌营销 Mrand Marketing

维维股份牵手滴滴出行 开启 2017 跨界营销

提到跨界,相信很多人对这一概念并不陌生。作为中国豆奶品类的开创者,在 2017 年之前,维维大都将跨界合作聚焦于线下,通过拓展、布局来加强自己不同领域的影响和纵深,而进入 2017 年之后,维维植物蛋白饮料携手滴滴,展开跨界合作,以全新的品牌形象和企业面貌迎接鸡年的到来。

关于维维的这一动作,让不少圈内人士眼前一亮。众所周知,近年来伴随互联网、移动互联的快速普及,企业、品牌与用户之间的互动、交流方式正快速发生着变化,为了让“维维豆奶,欢乐开怀”的口号在新的经济环境和消费环境下仍能够勾起人的回忆,让传统品牌提档升级,进一步年轻化、时尚化,维维从核心产业食品中的核心大豆出手,推出作为植物蛋白之王的大豆蛋白饮料,同时和整合营销运作经验、跨界资源、优秀团队的灵狐科技合作,打破传统的单一行业营销概念,试水线上线下一体化的跨界营销。

1月22日,维维牵手国内出行类 APP 的领头羊——滴滴出行,正式启动“一键维维”整合营销活动,跨出了线上营销的第一步。

据了解,在活动预热阶段,维维豆奶借助时下用户使用量、互动率最高的两大社交平台——微信、微博,推出一整套有趣有“走心”的互动方案。

在微信端,维维豆奶还在自己的官方微信公众号——维维豆逗乐上联合滴滴出行把暖心故事放大,并通过 H5 的形式派发大量滴滴出行券,一方面为活动预热,另一方面通过邀请大家免费坐专车,刺激用户的互动和转发。1月23日,滴滴出行 APP 将正式上线的“一键维维”活动,同步在微博进行进一步扩散。

从线下走到线上,从单独作战到跨界合作,作为 2017 开年大作的“一键维维”活动,不仅将维维豆奶的品牌影响力充分扩散到微博、微信两大拥有巨量用户资源的平台,更是借助滴滴出行 APP 的曝光,帮助维维完成了与跨领域优质用户资源的对接和互动。再加上一整套完善的整合营销策略,相信随着时间的推进,维维将在逐步收获用户关注和聚焦的同时,建立起线上线下一体化运营模式,实现真正意义上的战略转型。

(华广)



优酷“内容创意广告”做最懂广告主的“走心营销”

随着用户对广告越来越挑剔,广告主对视频营销的要求也在不断提高。对广告进行分化,关注广告与内容的强关联性从而潜移默化地影响用户,针对目标用户的观看习惯、信息需求等进行更为精准、有效、多样化的投放,是越来越多广告主的刚性需求。而优酷今年新推出的“内容创意广告”将为品牌提供更优质的选择。

为最大化地使广告与所投放内容产生关联,越来越多与内容深度结合的广告形式出现,形成颇具创意性的原生广告,即“内容创

意广告”。如产品植入、创意片头、创意压屏条以及将内容与广告关联最为彻底的创意中插等,都是“内容创意广告”。其中颇受欢迎的创意中插由内容制作方在原拍摄场景中制作,保持原剧作的风格设定与故事逻辑,与剧作共生共存,创意融入合作品牌产品,从而进入到观众的观赏习惯中,并能够充分传达品牌及产品理念及特点,是具有“夹心”质感的广告产品。

优酷“内容创意广告”的最大特点在于其打破品牌界限,为横跨不同行业、不同类别的

品牌打造专属定制的内容广告内容。以创意中插为例,优酷充分运用自身作为最具“原生”潜力价值的媒介特点,使广告主化身内容方共同参与广告的制作中,结合剧集内容的原创场景,选用剧中角色为品牌充分定制中插广告内容,通过场景化营销方式打造多元化原生环境,将品牌与剧集内容进行创意嫁接,使原生化的中插视频广告代替品牌用新鲜有趣的方式与用户进行互动沟通,实现品牌理念的传递。

优酷的创意中插对于广告主而言,品牌

叙述趋向于“原生化”;对于用户而言,观看“戏中戏”式的中插广告为观剧体验带来一种别具风味的“夹心”质感。

考虑到用户已经厌烦了被打断、被打扰、被“营销”的方式,优酷更加注重用户体验,用优质的“内容创意广告”打造“内容级广告”,凭借内容与创意双优势,将品牌与内容合理匹配、充分融合,帮助品牌在保证用户体验的基础上,打造用户记忆点,吸引更多关注,让用户在潜移默化中认可品牌。

(互联)



为增发电量开拓“新源头” 河北兴泰发电公司开拓大用户直供电市场

近日,从河北省电力交易中心大用户直供电名单公示获悉,河北兴泰发电公司全年完成直供电量 8.72 亿千瓦时的发电指标,直供电量位居河北南网之首。

2016 年,面对河北省用电量持续放缓、发电利用小时严重下降等发电环境“新常态”,河北兴泰发电公司迅速转变观念,主动出击,牢牢把握市场主动权,全面加大电力营销力度,为增发电量开拓“新源头”。在已具备准入条件的基础上,积极做好参与大用户直供电市场竞争的技术准备。明确专人负责该项工作,突破区域限制、密切收集整理省内各地市高耗电产业的动态,掌握

申报直购电大用户的企业信息,并对重点区域、特殊大用户进行实地考察调研,了解其用电需求。牢牢抓住优质潜在供应客户,与其频繁沟通,根据其用电需求测算成本,做到心里有底。密切跟踪研究市场规则,向有经验单位“取经”,了解直供电交易工作的重点和难点,掌握参与直供电交易的经验和教训,为后继参与竞争扫平“路障”。

与此同时,兴泰发电公司积极与省能源局、电力公司协商购售电相关事宜,做好直供电交易条件和安全校核工作,确保选定用户可靠;紧密联系相关政府部门,做耐心细致的协调、说服工

作,实时关注政府网站及公告发布,跟踪落实直供电批复进度。同时,该公司开展安全大排查工作,夯实安全基础;开展设备隐患排查专项整治工作,确保设备健康;精心管控环保设施生产各环节,守住环保“红线”;实施运行优化调整,使机组运行状态最佳,为直供电大用户提供绿色优质电力提供了坚实的保障。

截止到 2016 年 12 月 31 日,河北兴泰发电公司为邢台钢铁有限责任公司、德龙钢铁有限公司、河北中煤旭阳焦化有限公司、中钢集团邢机轧辊有限公司等 7 家大型企业直供电量。

(施海滨)

瓦轴海外市场收入同比增长 11%

走进瓦轴集团汽车事业部生产现场,所有生产线设备平稳运行着,操作者往来穿梭,有条不紊地工作。客户经理徐向东介绍说:“去年一年,出口高端汽车轴承生产线始终三班倒,为美国客户供货正处于高峰阶段,每个月的出产相对均衡,同时我们的新项目开发、新产能审批都取得了不错的业绩,目前一些新项目正在筹备样品交付和测试。”徐向东告诉记者,去年开始出口的重卡汽车轴承项目产品有了突破,这对于今年在重卡项目上启动量产和较大批量交付奠定了基础,也将进一步平衡乘用车项目和重卡项目的资源利用和产能布局。

面对轴承行业产能过剩严重、需求结构升级矛盾突出、行业企业盈利能力持续下降等复杂局面,瓦轴集团全力实施高端化和国际化战略,依托国际化的研发体系,实现了国际市场新突破。2016 年,瓦轴集团海外市场收入同比增长 11%,其中出口工业轴承增长 21%,出口高端汽车轴承增长 11.6%,风电轴承全系列配套世界 500 强企业,占公司海外营业额的 30%。

为开拓国际市场,参与国际竞争,瓦轴集

团从 2012 年开始,先后成立了瓦轴美国销售公司,收购了德国 KRW 公司,建立了美国工程中心,组建了瓦轴欧洲研发中心,在海外形成了研产销全产业链布局 and 国内外联动的研发体系与创新平台,积极吸收转化国外的先进技术。2016 年,瓦轴美国工程中心全面运行,对标国际高端汽车轴承,研发制造新产品。公司高端汽车轴承制造链全过程导入欧美汽车客户标准要求,产品质量稳定性和可靠性达到了国际先进水平,产品已批量进入美国三大汽车公司前市场,并进入欧洲知名品牌汽车配套市场。依托瓦轴欧洲研发中心,公司对标欧洲高端工业装备类轴承,研发制造高端工业装备轴承,同时新组建了瓦轴集团(欧洲)轴承有限公司,打造了瓦轴欧洲轴承市场的开发平台,出口意大利、德国等 OEM 主机市场工业装备轴承大幅增长。

在与国外知名企业打交道的过程中,“他们总有提不完的问题,搞得我们一头雾水。后来才弄明白,人家是按国际标准提要求的,我们参照的是国家标准,双方根本就谈不到一块去。”瓦轴集团公司董事长孟伟在接受采访

时介绍说,“为达到国际客户的产品要求,这两年我们以国际知名轴承企业为标杆,进行了标准体系对标,和国外高端客户使用的是同一种标准语言,同时还根据客户需求植入了 ISO 标准、欧洲标准、美国标准共计 40 余项。”

通过与国际企业产品实物开展对标,瓦轴集团重点发展海外市场高端产品、自主研发产品和进口替代产品。目前,公司累计完成 400 多项改进项目,在产品设计研发、生产制造等方面得到客户的高度评价和认可,实现了与国际标准的无缝对接。

截至 2016 年底,瓦轴海外市场营业收入占主营业务收入比重已由 10%提高到 25%,中高端产品比重由原来的 30%提高到 50%以上,国际市场分销网络已覆盖全球 40 多个国家和地区,在海外机构工作人员数达 260 多人。孟伟表示,通过国际化战略的深入实施,瓦轴集团的国际影响力和产品知名度显著提高。公司正在积极推进亚太地区产业开发,未来要形成欧洲、美洲和亚太三大国际化产业布局。

(鞠家田)

祁连:借农畜产品体验营销中心将产品推向全国

近日,随着位于西宁市海湖新区新华联的祁连县农牧业产业发展有限公司农畜产品体验营销中心正式开业,标志着“青海省全国草地生态畜牧业试验区”建设中,祁连县六家试点合作社从只重视畜牧业生产,转向了以市场为导向、通过线上线下提高加工营销水平、提升祁连绿色有机畜产品的创新阶段。

据了解,祁连农畜产品体验营销中心是祁连县有机、绿色畜产品走向全国的第一个窗口,也是祁连藏羊、祁连牦牛和“祁连山下好牧场”等地域品牌对外宣传和推介平台,更是祁连“特、优、名”农畜产品集散物流的“一站式”服务站。主要营销 70 多种祁连有机、绿色系列畜产品。试运营两个月以来,产品大部分销往北京、上海、山东、四川、重庆、广州、杭州等省



市,为祁连畜产品树立了良好的品牌形象。

据祁连县科技农牧扶贫开发局局长孔庆虎介绍,一直以来,提升畜牧业经济,各地只重视生产环节,忽略了加工和营销的同步提升。面对日趋激烈的市场,只有将农畜产品真正打入市场,创立高原无污染绿色有机标准和品牌,才能持续增加牧民收入,才能将畜牧业转方式发展,保护生态举措落到实处。

为此,祁连县政府入股 58%,六大试点合作社入股 42%,共投入 3000 万元,成立了祁连县农牧业产业发展有限公司。通过控股形式,由政府扶助公司走向市场,继而在北京、上海、杭州等城市开设实体店,以电商的模式将产品推向全国,并树立祁连畜产品名优品牌,为全国草地生态畜牧业试验区创出一条成熟的加工营销路径。

(罗连军)

石家庄与七市结成区域旅游营销联盟

日前,在三省(河北、山东、山西)八市(石家庄、德州、阳泉、邢台、沧州、衡水、定州、辛集)区域同城旅游合作联席会上,8 个城市联合发布“同城旅游友好城市合作宣言”,通过打破行政区划界限构建一体化发展平台,实现人流、物流、信息流等共享的新型区域旅游合作发展模式。

这是在全国范围内率先实行同城旅游新模式。此举也是增强省会石家庄辐射带动功能,构建“一城崛起、两带串联、三区联片、多点发力”全域旅游发展新格局,把石家庄建成全国一流的旅游目的地城市、全域旅游城市和区域性旅游集散中心城市的重要举措。

据介绍,8 个城市实现区域同城旅游后,将形成拥有高山、平原、海洋、运河、生态湖泊等全元素的旅游资源互补带,进而实现资源共享、企业协作、产品互补、形象提升。

石家庄市旅发委有关负责人表示,在京津冀协同发展的大环境下,石家庄市联合周边 7 个城市共同发展同城旅游新模式,在全国来说应该是首例。旅游同城化不是简单的规模扩张,而是合作区域形成辐射力、扩散力与竞争力越来越强的旅游板块经济的过程。石家庄与这些城市地貌相近、文脉相亲、经脉相连,8 个城市结成旅游营销联盟后,可进一步满足市民多层次多样化的旅游消费需求;倒逼旅游景区升级服务,通过延伸旅游产业链条、培育新的旅游产业业态,打造“大旅游”、“大市场”、“大产业”,推动石家庄早日建成旅游目的地城市。

下一步,8 个城市的旅游同城合作步伐将更加紧密,首个举措就是发行冀晋鲁旅游惠民卡,让三省八市的市民同享旅游发展成果,真正体验同城化旅游带来的实惠和好处。

(焦莉莉)

安溪茶业创新营销平台正式启动

1月23日上午,安溪县举行茶叶协会第二届理事会第三次会议,安溪县茶叶协会、安溪县铁观音同业公会向会员发出:牢记“四心”、围绕“四化”、倡导“四不”、坚守“四好”、致力打造“四个共同体”的倡议。作为安溪县茶叶协会第二届理事会第三次会议的一项重要延续,老茶收藏价值高峰论坛暨茶业创新营销平台启动仪式也于当日上午举行。

据介绍,安溪茶业正向着发展现代茶业、实现“二次腾飞”的目标大步迈进,当天安溪县茶叶协会、安溪县铁观音同业公会倡议:牢记“四心”(不忘初心、坚定信心、秉承匠心、上下同心),争当安溪茶产业“二次腾飞”的排头兵;围绕“四化”(去冰箱化、标准化、地标华、庄园化),全力开拓安溪茶产业转型升级“七通道”;倡导“四不”(不生产、不收购、不推介、不销售“压制茶”),积极推动全面取缔压制茶专项整治,引导制茶工艺向传统回归、向国家标准回归;坚守“四好”(种好茶、制好茶、品好茶、卖好茶),为消费者提供安全、优质的茶叶产品,发挥好龙头带动和示范辐射作用;致力打造“四个共同体”(质量安全共同体、品牌推广共同体、市场营销共同体、诚信经营共同体),提高安溪铁观音公共品牌美誉度、企业品牌知名度和市场占有率。

当天上午,还举行了老茶收藏价值高峰论坛暨茶业创新营销平台启动仪式。本次活动现场,安溪县人民政府领导在会上发言表示对本次活动的大力支持,安溪作为六大茶之一——铁观音的重要产地,将继续在茶业市场中保持敏锐的市场活力。活动现场还进行了老茶邦战略合作伙伴的签约仪式及“老茶邦茶业创新营销平台”启动仪式。

湖南农业大学教授博士生导师、中国茶叶商学院院长、国家植物功能成分利用国家工程技术研究中心主任刘仲华先生在启动仪式上致辞,他充分肯定安溪铁观音老茶的价值和老茶邦营销战略。

作为全球首家多维双轨茶叶供销平台,老茶邦联合创始人——伊一女士发言,她分享了“茶产业融合发展”和“资产证券化”与安溪铁观音老茶的价值联系以及老茶邦的运营模式,表示带领世界喝茶的新时尚,建设线下文化体验馆,双轨存茶,只为源头活水泉涌。双轨售茶,只愿老茶香飘四海。已经有一批人在中国茶产业发展过程中成为参与者和见证人,将茶作为一种与健康生活相关联的消费趋势,共同推动茶产业的生态发展,构建一个共生共荣的商业生态圈。

(潘贤利)

专注特定细分市场
持续创新开发新品

浙江力普独有纤维素醚粉碎加工新技术获行业领导肯定

日前,中国纤维素行业协会副理事长兼秘书长刘海燕、常务副秘书长高建平、纤维素醚第二分会副会长姚培源以及精制棉分会副会长(协会秘书处副主任)李平等一行 5 人,专程前往中国粉碎技术领航者浙江力普粉碎设备有限公司进行实地考察。协会领导对力普当前取得的业绩和对行业的贡献,给予了很高评价,希望继续努力,提升我国纤维素生产设备的整体技术水平。

力普研发的“短纤维粉碎机”、“高效纤维素剪切粉碎机”和“精制棉粉碎成食生产线”相继获得国家专利;“医药辅料纤维素醚专用高效剪切粉碎机的研究和产业化项目”、“GWM-730 纤维素高效剪切磨开发”被列入省市科技项目,评为浙江省新产品。

尤其是自主研发的精棉粉碎生产线,集打散、检测、粉碎、集料、除尘于一体,可对精制棉规模化生产纤维素,特别适用于绒状、絮状棉纤维及纤维素醚类产品(如精制棉、棉麻、光纤、芳纶、涤纶等)的超细粉碎。经山东、浙江、江苏、上海、河南等地企业使用证实,比同类产品产量可提高 40%,耗能降低 20% 左右。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。此三项设备的应用为国内整个纤维素行业的发展发挥了重要作用。目前,该公司正在积极推进生产线的改扩建,以满足行业不断发展的需求。

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