

河南鲜易控股 2017 年度颁奖盛典隆重举行

■ 本报记者 李代广

互联互通，融合发展构筑产业新生态；多元多维，共生共赢共享生态圈繁华。2月5日晚7点，河南鲜易控股公司2017年度颁奖盛典隆重举行，精彩绝伦的节目，令人歆羡的获奖，一个个精彩的瞬间，构成一场无与伦比的年度盛会。

察势者智，顺势者赢。在这个千帆竞渡、万马奔腾的时代。鲜易人，勇立潮头唱大风，以智慧洞察价值，通过综合科学技术创新、管理创新、商业模式等创新，将加工制造业与服务业融合，新经济与传统经济融合，发展新实体经济，打造新引领平台，构建共生、互生、再生的智慧生鲜供应链生态圈。

融合发展，共筑生态。在过去的2016年，鲜易控股的产业生态日益繁荣，众品食业，作为中国生鲜食品产业的龙头企业，在向生产服务业转型升级的路上大步前行，为生鲜行



业的发展探索新的发展路径。

不忘初心，共享价值。鲜易人的一切努力，是为了让企业的合作伙伴实现更大的价值!为了让属于行业的生态圈日益欣欣向荣，

更加繁荣昌盛!为了让企业的家人、企业的朋友以更加幸福!为此,鲜易人矢志不渝,努力奋进!

互联互通，共生共赢。世界因为互联而精

彩,生态因为多维而昌盛。鲜易控股构建的智慧生鲜供应链生态圈,不仅属于鲜易,更属于所有产业链合作伙伴!

今年的年会设置了个人类金鹰奖、团队类金梧桐奖、组织类金网奖三类奖项,用以表彰表现突出的鲜易个人、团队和组织。

颁奖之战，鲜易小伙伴们的精彩表演也让现场的小伙伴们陶醉其中。

荣誉和自豪,见证着昨天的奋斗与辉煌!在这里，不仅收获了属于鲜易人的骄傲和荣耀，更加坚定了企业前行的信心!

梦想与价值,奋斗在创业的转型之路上!在新的一年里,企业在公司董事会的领导下,按照既定的战略目标,围绕“创新、融合、数据、价值、共享”关键词,融合发展,共筑生态,自强不息怀壮志以长行，厚德载物携梦想而抚凌。

未来已来,梦想启航,鲜易人将在梦想和希望的召唤下,闻鸡起舞,继往开来,向着幸福的方向,努力奔跑,书写人生新佳绩!

关注痛点、痒点和卖点 助力橱柜品牌营销各显神通

当前,橱柜市场上品牌林立,行业竞争十分激烈。若企业想在激烈的市场竞争中脱颖而出,就必须保持自身的优势。而在这个以消费者为核心的时代,找准他们的痛点和痒点是至关重要的，只有根据他们的需求生产和设计产品、打造产品的卖点,橱柜品牌的营销才能给力。

痛点是什么？

痛点有两大含义，一是消费者在正常生活中所遇到的问题、纠结和抱怨,如果这种事情得不到解决，消费者就会感觉不舒服甚至痛苦；二是企业为进行痛点营销所营造出来的“痛点”,即让消费者感觉不购买该企业产品和服务就会有种“痛”，会感觉不买就有后悔情况发生的这种“痛”。

所以橱柜企业要做的就是从消费者日常生活中寻找出消费者面临的痛点，再根据这些痛点推出针对性的产品,提供给消费者。营造出“鱼与熊掌不可兼得”的“痛”给消费者，以真的好用、绝对环保、特别低价、人无我有等优势,吸引消费者选购。

痒点是什么？

如果说痛点是消费者必须要解决的问题,是有逻辑的可以用数字指标衡量的点,那么痒点就是消费者不一定必须,但非常想要的事物,是逻辑之外的小愉悦。正所谓不疼不痒没感觉，想要消费者掏腰包，就要让他有“想要”的情绪,也就是说,如果橱柜企业的品牌与产品可以吊起消费者的兴趣、给人一种在情感上和心理上更好的满足感、即刺激消费者痒点,那自然能收获营销的硕果。

因此，橱柜企业就可以通过戳中消费者痒点来实现盈利，如推出高端定制产品，有着外观靓丽、设计元素丰富、品位上乘、定位高端、质量无匹、绿色环保等优势同时，再进行广告营销，可能很快就戳中消费者痒点。

卖点是什么？

所谓卖点,就是指产品具备的前所未有、别出心裁、与众不同的特色与特点,既可以是产品与生俱来的特点，又可以是通过营销策划人的想象力、创造力而“无中生有”出来的特色。很多卖点是消费者不能立刻发现的,所以就要通过营销策划来将卖点或塑造或推广出去,而那些成功塑造出的卖点,才具备杀伤力,能在瞬间打动人心,为橱柜企业带来业绩。

因此,橱柜企业想要在激烈的市场竞争中脱颖而出、争取更多消费者,就要为消费者呈现与众不同的卖点,例如在一众EO级生态板中，拿出要求更严格的CARB环保认证产品,以这更为权威环保的卖点征服消费者。

在这个营销模式多样化的环境中,橱柜企业必须找准消费者的痛点和痒点,充分发挥产品的卖点,才能获得真正的成功。(中橱)

“体育+”营销 鲁能给市场上了一课

1月23日,贝克汉姆的拜年视频在朋友圈一发布就受到广泛传播,朋友圈阅读量一天之内达到268万次。腾讯、土豆、乐视、优酷、爱奇艺、酷6等网站总计点击量超600万+,微博阅读量达1300万+,作为曾经的足球巨星,贝克汉姆所具有的话题号召力令人惊讶!

经济进入“新常态”， 体育成为“发动机”

随着我国的经济形势进入“新常态”，如何保持经济继续稳定发展，有专家曾指出，发掘体育行业的潜力将是未来的方向之一。体育行业是否会掀起淘金热?其实从1月23日小贝的拜年视频所引起的热议就可可见一斑。

贝克汉姆作为现代足球史上最成功的偶像,影响了几代人,无论是英超曼联还是西甲的皇马,贝克汉姆都是当之无愧的“摇钱树”。当小贝在职业生涯后期做出要进军美国这片“足球荒漠”的决定时,引起诸多争议,但是凭借小贝的影响力,现在的美国足球大联盟的影响力与日俱增。贝克汉姆的成功是众多体坛明星成功案例中的典型代表，也是体育经济强大生命力的最佳例证。

在中国，随着人民生活水平的提高和一大批体育明星的产生，中国的体育经济也逐步兴起。在全民健身的国家战略推出后,青少年训练基地、体育健身场馆、体育运动品牌，中国体育产业的发展生态链日渐清晰。中国体育行业未来的发展前景,中国体育明星的经济价值,都成为“新常态”下经济发展的发动机。

跨界思维，鲁能走在前面

体育行业的巨大发展潜力，让众多企业都产生了跨界合作的思维，相对于许多企业还停留在简单依靠体育明星效应提升品牌知名度的阶段，鲁能集团已经开始挖掘体育明星特质,将其与品牌形象相融合，达到更好的传播效果。

自从2015年9月,贝克汉姆正式成为鲁能形象大使和战略合作伙伴关系以来,体育界和地产界的业内人士纷纷指出,在中国的明星+地产的代言案例中，鲁能与贝克汉姆的结合，无论外在气质或内在精神内涵,均十分匹配。

贝克汉姆“家庭温馨、勤奋刻苦、积极向上、阳光健康”的标签，令鲁能绿色、健康人居方面开启更多想象。双方在精神层面的共鸣最终实现了“1+1大于2”的效应。

本次“小贝拜年视频”抓住春节和中文拜年两个亮点，成功激起众多网民的兴奋点，最终取得了微博秒破千万的阅读量。而在1月22日，优酷、爱奇艺等六大网站同时上线鲁能携手奥运女排冠军成员惠若琪、张常宁拍摄的宣传片，点击量破百万，成为鲁能集团“体育+地产”又一成功案列。

据鲁能相关人士表示，“小贝拜年视频”和“女排视频”都是鲁能2017年第一季度大营销的环节之一，对于未来鲁能集团还将推出怎想的“玩法”让我们拭目以待。(搜狐)

爱普生新年展开“怀旧”营销 V850 Pro 扫描仪展现精致影像追忆“不老情怀”

“年轻时总说着记忆永存,真到了想要记忆的时候,又不得不叹服岁月不饶人”,笔者的摄影启蒙老师说这句话时已近花甲之年。几十年过去,能从师生到如今的忘年交,大概是因为我们同样执着——我执着于摄影的长焦短镜,而老师执着于摄影的胶卷影印。

说起质感就不得不提到一张照片,“它不能说是最好的,却是我心中一直珍藏的”,老师这样描述。画面里是由一块块土坯垒成的院墙,那是老师幼时成长的地方,也是儿时梦想的出发地。三年前,家乡那片土地流失,他随手拍下这张照片,没成想现在竟成了老家景象唯一的记录。老师乐于分享他的儿时经历,尤其是通过胶片这种最原始的影像记录分享。

“照片会褪色,胶片会磨损,我突然有些舍不得再让它暴露在外”,老师拿着老胶片喃喃地说。老师的心情我是理解的,胶片的保存时间毕竟有限,维护成本也颇高,尤其对于仅此一份的珍贵胶片,即使是轻微的磨损,对于胶片持有者而言都是极大的损失。

偶然听闻扫描胶片保存影像的方法,笔者便将一台爱普生V850 Pro扫描仪作为节日献礼送给老师。然而,将胶片这样的实物转为数字化文件,刚收到礼物的老师并未表现出很大的兴趣。起初老师只是抱着试试看的心态拿出了他的宝贝胶片，而之后的事情,就是意料之外的惊喜。

打开扫描仪上盖,我们根据胶片的尺寸调节好胶片固定夹，开机便可直接扫描,零秒预热有效减少对胶片的损害。爱普生V850 Pro扫描仪也有着颇为人性化的移动



式蓝色TPU LED设计，显示灯标识出了TPU字车的位置。蓝光滑过,即可以清楚的看到TPU字车的移动情况，方便用户获知扫描进展。

扫描出的超高清影像,足以用“精致”两字来形容了，让老师大为赞赏。爱普生V850 Pro扫描仪不仅具备6400 dpi胶片扫描分辨率,能忠实还原胶片影像,满足所有毫厘毕现的清晰体验。看着电脑上一块块土墙石立体生动地屹立在眼前,老师说,仿佛又回到了那个院落,看到年幼的自己,那么真实。值得一提的是爱普生V850 Pro扫描仪还配备了双镜头扫描系统,除了普通扫描仪具备的扫描照片、文档的功能由一个系统

图片营销更具吸引眼球的魅力

图片营销是相对于软文营销而言的,它的载体并不是文字，而是图片或图文结合，但是它和软文营销有相同之处,那就是它也要被转载。

图片营销更“养眼”

其实我们对图片营销一点也不陌生,日常生活中随处可见图片广告，例如车身广告、广告牌、广告灯、网站图片,等等,这些广告都是图片营销。高速公路上有许多大的广告位，人们坐在车里老远就可以看见了,很多公司或个人都用大价钱购买广告位,但是这样的宣传方式成本太高，效果也不是很好。现在网络上更加偏向于新一代的图片营销,因为大部分网民都在使用QQ、微信等聊天软件。在聊天的时候,人们都喜欢时不时发一张图片,活跃一下群里的气氛。一张优质图片会快速传播网络,但是人们对广告图片没有这样的热情,所以如何利用网络将这些广告图片传播开来，就是我们要说的主题——图片营销。

同软文营销相比,图片营销具有很多优势:

软文营销要求用户有一定的理解能力,而图片营销的范围更广。在互联网上,几乎所有带有评论的网站平台都可以通过图片进行互动,此外,电子书、电子邮件等都可以发送图片,因此也能发展图片营销。

图片的制作成本较低。同软文和视频广告相比,一个设计师就可以完成一张图片的制作,所以制作成本十分低廉。

图片更加直观。图片具有较强的感性认知,记忆更深刻，图片相比文字具有更强的感性认知,当客户看到图片后,可以迅速从图片中提炼出图片的核心内容,给客户留下深刻的印象。

网络为图片营销提供了便利。网络的传播速度很快,传播范围很广,纵使相隔万里,也可以使用通讯软件在瞬间发送一张图片。

网络传播的速度远远超过传统媒体,省去了传统媒体的印刷、制作、运输等环节,在降低成本的同时极大地提高了速度。

图片营销和软文营销的载体不一样,表现形式也不一样,这也决定它们二者之间的具体操作流程也有一定的区别,但是从整体的流程上来说,它们仍然有一定的相似性。

图片营销的定位。这一点是所有营销行为的共同点,在执行之前,你必须知道针对的客户是哪些人,他们的消费心理是什么样的,以及你想达到什么效果。

有创意、有主题,增加吸引力

图片营销与其他营销模式有着很大的不同,它必须有一个统一的创意,而且这个创意会贯穿整个营销的过程,因为人们的话题的焦点始终集中在图片上,他们是被图片

吸引过去的,在谈论产品时必将受到图片创意的影响。也正因为如此,图片营销需要管理者有极强的创意能力和指挥协调能力,需要实施者有极强的执行力和团队精神,只有这样才能确保图片营销的顺利实施。

图片营销的最终目的是推销企业和产品，所以它的核心切入点肯定是企业和产品。设计人员和营销人员要对产品的内容和形式有一定的了解，做出最合适的创意策划，提口产品对用户的吸引力。许多成功的营销人员在做图片营销的时候，都会强调市场调研的重要性，他们的经验是“以需求为导向，以问题为导向”，通过发掘用户的需求，提出适合市场实际情形的创意策划。

图片营销的直接落脚点是市场,要通过销售的渠道、手段、策略等方面的创新,最大限度地扩大产品的知名度和影响力,进而提高产品的市场占有率。许多媒体在做图片营销的过程中，并没有完全盯着图片和网络，而是在网络营销的过程中举办各种公益活动吸引媒体的注意力,或是开展互动性强的社区活动来吸引受众参与,以及在各种媒体终端同时进行全方位推介等。这种商业运作是非常成熟的,既体现出了职业精神,也充分发挥了创意的作用。

一个优秀的图片营销,应当包括生动有趣的图片,同时还要有说服力强的软文。(巫行云)

便民服务

QQ: 2581962219

收费标准: (45) 元 / 行 / 天 (13 字 1 行)

独家代理机构: 四川博纳文化传播有限公司

●更正公告: 成都圣锐装饰材料有限公司刊登的增值税普通发票更正为增值税专用发票。 ●成都大陆桥职业培训中心公章(编号:5101050001877)不慎遗失,特此声明作废。 ●成都瑞森贸易有限公司在中国银行股份有限公司成都城南支行的开户许可证(核准号J6510045189301,账号:126619551252)不慎遗失,声明作废。 ●成都金印广告有限公司(税号:915101046630451380)开给四川宏宇汽车销售服务有限公司四川增值税普通发票发票联(发票号码:5100153320,发票号码:08302536,价税合计:20000.00)遗失作废。 ●四川均顺建筑劳务有限公司营业执照正本(统一社会信用代码:91510107MA61UB74XL),在中国建设银行股份有限公司成都第七支行的开户许可证(核准号:J6510077681801,账号:51050147900800000593)均不慎遗失,声明作废。 ●成都联顺建筑劳务有限公司公章(编号:5101075158029);法人章屈永林(编号:5101075158030)遗失作废。 ●四川千寻医疗器械有限公司开具给泸州弘宇医疗设备有限公司的四川增值税专用发票4份(发票代码:5100153130,发票号:00953077,00953070,00953076,00953071)发票联和抵扣联遗失,特此公告。 ●成都快发生活科技有限公司(统一社会信用代码:915101053505307302)经股东会决议决定注销,请相关债权债务于本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务,特此公告。 ●四川嵩川科技有限公司财务专用章编号:5101085074733,高明华法人章编号:5101085074734遗失作废。 ●四川勤升农牧科技有限公司拟向公司登记机关申请注销登记,清算组由庄琴等人组成,请债权人自接到通知书之日起三十日内,未接到通知书的自公告之日起45日内向本公司清算组申报债权。 2017年2月10日 ●汪桂蓉税务登记证书正本(税号:川税字5101221978038662)遗失作废。 ●今遗失成都市公共住房服务中心《四川省行政事业单位资金往来结算票据》,票号:000105107,声明作废。 ●成都和善园餐饮管理有限公司(统一社会信用代码:91510107MA61XEYHJ)决定注销,请债权债务于本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。 ●四川凯雷电子有限公司(统一社会信用代码:91510100594686053R)经股东会决议决定注销,请债权债务于本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。 ●四川省成都市金牛区国家税务局、成都市金牛区地方税务局2007年9月3日签发给成都琴海文化艺术有限公司西门店的国地税税务登记证书正本(税号:51010665331621)及发票领购簿遗失作废。

律师提示: 本刊仅为供需双方提供信息平台,所有信息均为刊登者自行提供,客户交易前请查验相关手续和证照,本刊不对所刊登信息及结果承担法律责任。

地址:红星路二段70号四川报业集团3楼310A