

颠覆同质化 完美与招行信用卡合作再引关注



信用卡目前已经成为中国亿万消费者耳熟能详的金融产品,影响着一部分人的消费习惯。随着各大银行纷纷推出自己的信用卡产品,对于拥有庞大用户群体的中国信用卡行业来说,他们逐渐面临着同质化高、流通卡率低等问题。如何改变信用卡同质化,带给信用卡用户全新的消费体验;如何带来增值服务的加分体验,提升信用卡用户的忠诚度,已经成为业内亟待解决的问题。

日前,完美世界携手招商银行推出了以完美游戏为主题的联名信用卡,可以说是一次异业合作的创举,为网络游戏及信用卡产业提供了一个新的营销渠道,改变了信用卡雷同的弊端,真正创立了玩家、网游企业、银行三方互利的共赢模式。

颠覆同质化 体验全新消费模式

业内资深专家表示,经过几年“跑马圈地”式的发卡规模扩张,信用卡产业已逐渐步入新的经营模式时代。越来越多的信用

卡品牌开始利用特定的品牌形象,寻找外延业务,吸引特定的目标群体,增加客户粘性并且提升品牌忠诚度。一张信用卡就是一个品牌,如果消费者在使用信用卡时获得了产品本身所带来的便利、安全等实际利益,同时还可以体现自己个性化和时尚化的品味,获得精神上的愉悦感和满足感,那消费者自然会成为该品牌的忠实拥护者。所以,只有品牌的附加值带来的差异性才能真正满足消费者的个性化需求,才能提高品牌忠诚度。

与知名游戏企业之一的完美世界合作,可以说是招商银行继与暴雪九城联合推出《魔兽世界》联名信用卡并取得大举成功后,与网游企业的又一次强强联手,通过制定以完美游戏为主题的信用卡卡面,吸引更多的年轻游戏玩家为特定目标群体,增加了年轻客户群体范围,提升了用户粘性和忠诚度。此外,招商银行与完美世界通过推出联名信用卡,通过实施一系列精彩的活动,将招商银行优质的品牌形象又提升到了新的高度,其知名度在用户群中又一次得到了广泛传播。

跨界合作 完美实现网游营销两级跳

网游行业增速放缓的一大诱因在于行业产品同质化、营销低俗化的相互作用。通过劣质炒作来吸引网民眼球,使得整个游戏行

业、游戏产品以及游戏玩家被舆论误解,中国网游行业陷入前所未有的“营销危机”。因此,摆脱低俗的营销方式,使网络营销真正地从游戏内容及游戏玩家服务出发,才能够更好地实现网游产品的正面推广。

以完美世界和招商银行联手推出的“我的特权、我的贴身装备”联名信用卡营销活动来说,此次合作的真正价值在于为客户服务,为客户创造更多价值。正是本着这样的共识,完美世界与招商银行的跨界合作将通过用户群体的高切合度,在满足完美世界游戏粉丝收藏需求的同时,吸引新的潜在用户群的加入,实现信用卡产业及网游产业的营销升级。

对于完美世界来说,与招商银行跨界合作具有里程碑般的意义,是实现网游营销方式两级跳的最佳时机。首先,此次跨界合作,使完美世界突破了传统网游产业异业合作的市场范围,将品牌更好地延伸至金融领域,实现了双方跨界合作领域的营销升级。其次,营销方式的升级带动了营销思维的转变,比如利用信用卡与网游捆绑营销的创新举措。这无疑说明了完美世界越来越重视产品市场与产品内容的推广和衔接,其营销重心从纯粹的大范围广告,逐渐摸索出更符合主流玩家行为习惯的营销方式,实现了另一个层面的完美升级。

从目标人群选择到看重消费者需求和为消费者谋取福利等,本次完美世界与招商银行的战略合作代表着致力于信用卡同质化弊病提供解决方案的探索征程正式开启。完美世界通过与招行的跨界合作实现了网络营销渠道的再次创新。(云 迪)

污水排放标准升级

AQUATECH CHINA 国际水展助力中国水业发展

国内污水排放标准日趋升级。记者日前从广州水利局获悉,广州市将对原有排放标准为一级B的污水处理厂逐步升级改造为一级A的排放标准,并且将加大执法力度,对偷排污水企业采取曝光、断水等措施。

随着污水排放标准的升级,水行业设施升级迫在眉睫,一场汇集全球顶级水处理技术的展览也由此召开。据悉,一年一度的AQUATECH CHINA国际水展将于2011年6月1日至6月3日在上海展览中心举行,在32000平方米的超大规模展厅里,囊括了众多全球顶尖污水处理产品、技术

和解决方案,并汇聚全球水行业800多家展商,齐心协力为中国水业“支招”。

此次参会上,众多展商带来了先进的专利技术与设备。其中包括GE、西门子、巴斯夫、陶氏化学、ITT、格兰富、得利满技术、ABB、3M、诺芮特、飞利浦、凯发水务、以色列IDE、海南立昇、豪迈集团、滨特尔、熊津化学、亚什兰、龙沙、颇尔等国内外知名企业。此外,以色列水技术展团、美国展团、WQA展团、台湾净水联盟展团等国家和地区展团也积极参展。他们将带来污水处理成套设备、泵阀、管道、仪器仪表、水处理药剂、紫外

线、臭氧、膜等水处理设备,以及世界领先的专利技术和水处理解决方案。

展会期间,除了能看到水行业最新的产品和技术以外,“水”整合解决方案论坛(IAS大会)、市政高层论坛、IWA国际水协会高端研讨会、第二届二氧化氯与水处理药剂研讨会、第五届全国污泥处理及资源利用大会、2011石油和化工行业水处理新技术新设备交流研讨会、Aquistage企业技术交流会等近30场高端会议也将同期举行。诸多会议将汇聚全球水业精英,共商最新水解决方案。(白 泉)

总订单突破5万辆 4月“阳光”灿烂



东风日产阳光汽车

东风日产SUNNY阳光上市不到5个月,总订单数已突破5万辆。1月至4月总销量更是高达42934辆,正式跃升为区隔销量第一。同时4月销量继续超越主要竞争对手,达到8937辆。

对此,行业分析人士表示:“在成品油上涨等多重不稳定因素影响下,阳光不为市场波动影响、逆‘市’上扬,证明阳光以节油及技术为主打的产品力已获得了消费者的认可。”

超低油耗助阳光热销

由于国家发改委今年几次上调成品油价格,不少主要城市93号汽油“8元防线”相继告急,导致消费者养车成本再次增加,从而对整个国内车市造成了一定的不利影响。低油耗对于消费者的购车选择越来越重要,而出众的节油技术正是阳光在淡季仍热销的最大原因。

在阳光整车节油方面的贡献度占整个动力总成的50%,是其搭载的日产最新一

代XTRONIC CVT变速器。它首次采用了子行星齿轮技术,并通过调整齿轮位置等措施,弥补了传统CVT弱点的同时大大减少了摩擦,降低了动力损耗,从而实现超高的燃油经济性,百公里综合工况油耗低至5.8L。

在广州某4S店做首保的廖先生说:“我住在祈福新村,工作在天河那边,单位离家太远了,就想买辆车上下班用。我当时买车的想法很简单,就是油耗一定要低,毕竟每天来回要十几公里。看了很多车后,最终决定买阳光。现在看来,这个决定还是很对的,我的阳光车油耗也就6L多,真的超出了我的期望。”

东风日产总经理松元史明曾表示:“阳光是针对中国市场开发的,研发的设想首先是要满足中国客户的需求。”从目前的状况看,阳光在空间、实用性、油耗等传统购车标准上都已在国内中级车市场树立起了全新标杆。阳光凭借8.28万元至

11.28万元这一亲民价格以及超低的油耗,热销自然不足为奇。

阳光为技术派中级车正名

近年来,随着国内中级车消费者越来越懂车,他们对产品力的要求也越来越高。事实上,中级车消费者对车型的要求最为挑剔,因为他们既需要品牌和品质的保证,又要求良好的产品性能,还要匹配一个合适的价格。如果一款车型只是单凭外形和过时的技术来作为产品卖点,已经满足不了当前越发专业的中级车消费者。

对比其它“新皮旧配”的车型,阳光配备了像一键式启动、行车电脑、后排双模式出风系统等多项越级配置,在市场上同样备受认可。阳光的热销反映了在“偶像派”一贯受捧的中国车市,“技术派”也越来越受到消费者的赏识。可以说,从阳光开始,中级车进入了技术派领军的时代。

据广州一家东风日产专营店销售经理介绍:“现在很多车主购车已不再相信‘一见钟情’了,他们更愿意花时间聆听和研究一台车的技术参数和详细配置。很多车主选择阳光,正是被它越级的技术和配置所打动。”

对市场的正确洞察使阳光取得了销量和口碑的双赢。东风日产市场部部长叶磊表示:“阳光是10万元级别中级车市场的最佳选择。阳光推出之时,就有着成为中级车市场标杆的野心。经过市场考验后,阳光现在真正成为中级车市场‘叫好又叫座’的中坚力量。”(杨 洋)

拓展高端轿车市场 上海大众4月销量稳健增长

近日,上海大众汽车有限公司(以下简称上海大众)发布消息,其4月零售量达到90220辆,同比增长15.3%;其中大众品牌销售了73368辆,同比增长9.4%,斯柯达品牌4月发力,成绩格外耀眼,同比增长50.4%,销售量达到了16852辆。全新一代帕萨特与斯柯达旗舰Superb昊锐强强联手,进一步拓宽了上海大众在中高端B级车市场的疆土。

大众品牌方面,PASSAT家族在新成员——全新一代帕萨特的带领下销量破万。全新一代帕萨特自4月17日荣耀上市以来,短短时间已经售出了1266辆。这款车不仅完美地诠释了大众汽车集团最新的设计理念,而且融合了上海大众汽车对中国市场的深刻理解。随着新车产量的逐步提升,全新一代帕萨特将成为高端B级车市场上最有力的竞争者。LAVIDA朗逸凭借良好的口碑和实力,销量再度突破两万辆,达到了22003辆,又一次印证了上海大众的开发实力和对市场需求的精准把握。POLO家族集体发力,销量达到10830辆,为上海大众在小型车细分市场开创了一片天地。TIGUAN途观销量破万,达到了10070辆,

中德投资双方共推上海大众技术与产品再创新

近日,上海汽车集团股份有限公司与大众汽车股份公司在位于德国沃尔夫斯堡的大众汽车总部,就支持上海大众合作开发的事宜举行了隆重的签约仪式。

此次签署的合作协议包括:《关于合作开发基于德国大众最先进平台及发动机技术、面向中国市场C级别高端轿车的联合声明》、《关于支持上海大众电动车开发的联合声明》和《基于最新MQB平台新一代车型之框架合作协议》。上海汽车工业(集团)总公司董事长、上海汽车集团股份有限公司董事长胡茂元、大众汽车集团董事长文德恩博士分别代表上海汽车集团股份有限公司与大众汽车股份公司在协议上签字。

高速办公时代 商务精英必备金士顿V100

笔挺的西装、干练的衬衫、精心打理的发型,还有手中一杯香浓的Starbucks,这算是当下商务精英们办公室里的真实写照。而当面对客户,电脑里的文档和PPT以奇慢的速度打开、运行;当大型会议中,全场人都盯着缓慢的速度爬行条发呆……所有的风光便遭遇尴尬。高效干练的商务人士,不仅体现在精心打造的外形上,给力的办公设备也会让人在重大场合里游刃有余,表现出众。电脑,是时下商务人士最重要的办公助手。然而,长期处于高强度运转状态下的电脑,其性能总会随着时间而逐渐下降,速度越来越慢,严重影响办公效率。但是,重复采购又会造成办公成本的大增和资源浪费。有什么办法可以大幅提升电脑的速度和性能?

目前,金士顿火山V100系列固态硬盘的读取速度最高达到250MB/秒,写入速

巩固了其在SUV市场的领导地位。而桑塔纳家族以17994辆的销售数字,持续证明了自己的实力。

斯柯达品牌方面,Octavia明锐和Fabia晶锐分别销售了9481和3342辆;Superb昊锐4月单月销量达到4029辆,同比增长达到30%。销售数据显示,斯柯达品牌的旗舰产品昊锐在第一季度销量超过1.1万辆,同比增长27%。作为品牌旗舰,除了优雅大气的外观设计和舒适的驾乘体验外,卓越的性能以及多种高科技的植入是众多消费者认可昊锐的重要原因。

在刚刚结束的上海车展上,上海大众的表现可谓精彩纷呈:除了大众品牌全新一代帕萨特荣耀登场外,朗逸电动车E-LAVIDA、斯柯达品牌全新的Vision D概念车和Octavia Green E-Line电动概念车也格外地吸引眼球。

据了解,上海大众将基于德国大众最先进平台及发动机技术,开发面向中国市场的C级别高端轿车。此举预示着上海大众将进一步提升本土化的研发能力,突破现有的产品格局,开始进军高级车细分市场。(丽 华)

根据签署的相关声明和协议,中德投资双方将共同支持上海大众基于德国大众最先进平台及发动机技术,面向中国市场开发一款C级别的高端轿车,该产品将成为大众汽车品牌产品体系内首款C级别的高端产品。

此次协议的签署,表明了上海汽车与大众汽车致力于充分挖掘上海大众的技术研发能力,在现有基础上进一步加强合作,继续提高上海大众的本土研发能力。签约也预示着上海大众将突破现有的产品格局,扩展产品系列,在进军高级车细分市场的同时,也将轿车产品的节能环保领域做出更多新的贡献。(刘 江)

度也高达230MB/秒。这一速度不仅大大领先普通7200转硬盘100MB/秒的平均读写速度,写入速度甚至也领先市面上普通SSD近一倍。这样一来,商务人士无论是运行大型办公软件,还是进行数据传输,都能在急速狂飙的性能下表现更加流畅,在重要场合自如发挥。并且,还大大缩短了开机时间,以及软件加载运行时间,进一步保障了办公的高效快捷,称得上是商务人群办公的“加速器”。

由于内部不存在任何机械活动部件,SSD固态硬盘不会发生机械故障,也不怕碰撞、冲击、振动。这样,在移动办公中,就使笔记本电脑发生意外掉落或与硬物碰撞时数据丢失的可能性降到最小,让商务精英们更加安心地享受工作的高效便捷。(王 晨)

华泰汽车确立低碳发展战略

在2011年上海车展上,国内自主品牌车企不遗余力,纷纷使出看家本领,在各自细分市场展现出的技术实力和发展潜力,势头直追国际知名车企。

其中,以高端城市SUV宝利格首发亮相吸引众多眼球的华泰汽车,携其现有轿车阵容B11、B21及B11电动车的首度集体亮相。这个以SUV起家的国内主流自主车企,

启动了其宏大的轿车战略。尊贵大气的B11更让消费者华泰汽车的轿车充满了期待。成立10年来,通过对圣达菲、特拉卡这两大畅销国际的韩系经典产品的成功引进及本土化市场培养,华泰汽车在产品开发、技术创新、市场精耕、品牌化管理等方面拥有了一整套成熟的运作经验,并逐步确立了差异化的低碳发展战略。(洪 禹)

法国爱可视推出超低价平板电脑

在2011年的消费电子市场,平板电脑成为“风云产品”,无论是行业巨头还是山寨厂商,平板电脑都成为他们市场的筹码。在这场平板大战中,苹果iPad来势汹汹,大有独霸市场的势头,一时风光无限。然而,一直保持低调的平板电脑始创者——法国ARCHOS(爱可视)也不在沉默,推出了春夏“超值优惠季”计划,平板

电脑系列玩起了“跳楼价”,最低999元就可拥有一款超高性价比的平板电脑!

此次,爱可视一改往日低调风格,以优惠价格扫荡市场,旨在改变市场一家独大的格局,让更多的移动数码爱好者可以更近距离地体验产品,让平板电脑进入更多消费者的生活,用科技改变人们的生活方式。(王 丽)

威伯科为德国曼公司提供制动器新技术

全球领先的商用车辆安全及控制技术领导者和一级供应商威伯科(WABCO)汽车控制系统日前宣布,在9个月以前就已经开始为欧洲领先的商用车辆和柴油发动机制造商德国曼(MAN)公司提供用于重型卡车的新型NG22MAX™气动盘式制动器。此举标志着新的威伯科NG22MAX气动盘式制动器首次应用于

重型卡车,并且迄今为止的成果证明了它的出色性能。

与MAN签订的这份协议进一步拓展了威伯科与其建立的长期合作关系,印证了威伯科的技术领先地位。威伯科利用高性能、低重量的NG22MAX气动盘式制动器这一行业领先的创新产品,为MAN提供更多的商业机会,满足其需要。(小 倩)