

产业资讯

“生活者动察2014”年度研究成果在京发布

【本 报 讯】7月18日,博报堂生活综研(上海)与中国传媒大学广告学院在京联合发布了“生活者动察2014”年度研究成果。这是自2013年“创旋”发布以来,双方合作推出的第二个大型研究成果。

在社交媒体日益向人们日常生活不断渗透的时代背景下,新产品、新服务相关信息的收发行为日益活跃,中国固有的信息传播方式也随之发生了巨大的变化。在此过程中,一群新兴的信息传播者——“信蜂”诞生了。博报堂生活综研(上海)携手中国传媒大学广告学院开展了“生活者动察2014——中国信息传播的新兴群体”这一研究项目。

研究结果表明,就“新产品、新服务”信息的扩散而言,与日美两国相比,中国的生活者明显更倚重“朋友”这个信息源,由众多“朋友”聚集而成的“集合体”,亦即“圈子”俨然已成为中国生活者的首要信息渠道。博报堂生活综研(上海)的研究人员形象地将其命名为“信蜂”。

“信蜂”的信息传播行为可以用三个关键词来概括,那就是“相濡以墨”、“秀外惠中”、“各领风骚”。“相濡以墨”指的是他们通过在圈内发布信息来巩固自己与圈子之间的关系,建立一个适合大家共同生存的舒适空间。“秀外惠中”指他们通过分享自己所持有的信息,来表明自我信息价值,从而获得圈内朋友的感谢和信赖。“各领风骚”则寓意他们希望通过自己的率先体验和分享,为圈子带来更多更好的生活方式。

“生活者动察”是博报堂生活综研(上海)携手中国传媒大学广告学院开展的一个年度研究项目,主要针对生活者的新生活行为方式及其本质欲求进行洞察。今后,博报堂生活综研(上海)还将不断地持续开展各项研究,以独特的视角对生活者的各类行为做出各种不落窠臼的解读。

(周明喜)

第四届“CJ CGV 多多的电影教室”闭幕颁奖放映会落幕

【本 报 讯】日前,第四届“多多的电影教室”中韩青少年影视创作夏令营”在CGV星聚汇影城沈阳金融中心店圆满落幕。现场嘉宾云集,韩国知名艺人高雅拉作为特邀嘉宾评委出席了闭幕式。

“CJ CGV 多多的电影教室”是由中国少先队事业发展中心、全国红领巾小记者辅导中心、CJ CGV 和CJ集团下的公益组织,CJ分享财团(CJ WELFAREFOUNDATION)联合主办的公益文化教育项目。该项目旨在为那些喜欢电影的孩子提供一个亲身体验电影制作的机会和交流的平台。

“CJ CGV 多多的电影教室”的创意灵感来自于《天堂电影院》,电影中充满好奇与渴望的主人公小男孩多多,最终通过电影理解到生活的意义与美好。

为了满足孩子们的梦想,CJ CGV 为热爱电影、并拥有电影梦想的孩子们全力打造了这一“电影创作公益项目”。由CJ CGV 邀请中韩电影人现场担任指导老师,让孩子们亲自体验和参与到剧本创作、电影表演、摄像、剪辑、宣传、放映等多项电影创作的流程中。“CJ CGV 多多的电影教室”让孩子们与电影零距离接触,让他们感受超越一般电影“看的趣味”,体验更多电影“拍的乐趣”!

“CJ CGV 多多的电影教室”2008年在韩国首次亮相。2011年第一届中国“CJ CGV 多多的电影教室”在北京开幕,迄今已经举办了四届。此项活动不仅仅在中国,还在越南、印度尼西亚举行。

(周 黎)

华泰圣达菲超高性价比 赢“万人迷”美誉

【本 报 讯】随着汽车市场的成熟,消费者不断趋向理性,比以往更清楚自己的用车需求。华泰圣达菲真诚让利消费者,率先将价格拉到10万元以内,让痴迷SUV的消费者得偿所愿。今年新推的圣达菲全系全面升级,全新设计、亮点颇多,豪华感与配置水平均有提升:新匹配的黑色内饰,尽显时尚气息;新配备真皮座椅,更显高雅品位;尤其是同级率先搭载启停技术,科技先行,节能环保做足功夫,增配却不加价,性价比优势显著。由此可见,圣达菲能在品目繁多的SUV市场中拔得头筹,其超高性价比可谓居功至伟。

(雪 贞)

大运河申遗成功 通州再现全盛商业文明



随着京杭大运河项目成功入选世界文化遗产名录,成为中国第46个世界遗产项目,这个汇聚了中国2500年历史中政治、经济、军事、社会、文化诸领域的庞大信息的历史文化遗存,正式走上国际舞台。而通州,这个大运河的北源头所处之地,正在以前所未有的发展速度成为京津冀发展桥头堡,曾经的五河交汇之地,将在北京城市副中心定位下,崛起成为北京新的国际商务门户,而长安运河作为中国首个企业家会所,更是在这历史与未来交汇之处展现出中国传统文化与全功能型商务社交平台的完美结合。

大运河申遗成功 历史与未来交汇通州

在《世界遗产名录》中,以运河为主题的文化遗产仅有5项,其中包括法国米迪运河、比利时中央运河的四条吊桥、加拿大里多运河、英国旁特斯特沃水道桥与运河和荷兰阿姆斯特丹17世纪运河区。和京杭大运河2500年的历史沉淀相比,国外这些工业革命之后开凿的运河,历史仅有二三百年的时间,无论从时空跨度、历史价值以及其中所

蕴含的科技含量上,与京杭大运河相去甚远。

而今,这座多河富水的城市再度吸引了各路商业大军的关注,成为了众多投资者眼中的香饽饽,颇有当年各路商贾云集的繁荣和兴旺。目前,通州已云集了富华、万达、龙湖、绿地、泰禾、保利等诸多知名开发商,并带来了长安运河、彩虹之门、新北京中心这样的顶级商业项目,启幕了通州通往国际化的征程,昔日的商业文明走上复兴之路。在业内看来,经过了“世界文化遗产”头衔加码后,通州区尤其是大运河周边区域将引发投资商们更加浓厚的投资热情。

北京城市副中心 再现繁华政商文明

大运河的申遗成功,充分说明了通州在历史文化上的重要地位,而北京城市副中心的建设,将重启通州的商业文明的崛起进程,双双带动通州更全面的走向国际化舞台。

按照北京规划,通州北京城市副中心将承担起两大功能,一是疏解,主要是疏解中心城区的功能,未来要疏解到通州。另外是承载,主要是承载北京建设世界城市的一些新增功能。所以,基于这两个功能,通州区定义了“十二五”期间五大产业:高端商务、高端制造、现代物流、文化旅游和医疗健康。

从空间布局上,通州作为北京城市副中心有“一核五区”组成,其中,16平方公里运河核心区是通州副中心的重要“一核”,

区域将按照城市功能结构打造文化商务休闲区、高端商住区和会展综合服务区三大区域。未来将建成以高端商务为主体,以创意发展为动力,以总部形态、大型城市综合体为特征,彰显人文、生态、低碳、创意理念的典型区域。其未来将成为“白天因商务而繁荣、夜晚因休闲娱乐而繁华”的不夜水城。

因此,“高起点、高定位”是核心区项目最大特点,是以区域内商业项目无一不达到国际标准。“这些顶级商业项目的集中呈现,将快速提升通州核心区的高端商务氛围。”业内人士指出,而与此同时,通州的“北京城市副中心”的功能和地位亦将逐渐兑现和强化。

长安运河 国际顶级商务平台崛起

“要重现昔日的政商文明,通州不仅需要大运河这样的文化纽带,也需要长安运河这样的商业代表。”业内人士认为,未来的通州作为北京城市副中心,将是北京面向国际的商务新“窗口”,未来必定是高端人士以及企业争相入驻的焦点,需要长安运河这样的顶级商业项目来承载国际商务需求。

而作为长安运河的投资商,富华置地拥有多年的高端物业开发和运营上有着多年丰富经验,长安俱乐部、丽晶酒店、北京香港马会会所、金宝汇购物中心、金宝大厦、华丽大厦、中国紫檀博物馆、紫檀万豪行政公寓、长安太和公寓等,均被公认为北京顶级物业标杆。富华置地相关人士表示,“企业家功能会所”是基于对当代领袖的空间和功能需求特点的了解基础上而产生的,我们通过深究各栋建筑各异的环境、景

陕汽重卡2014年中营销渠道沟通交流会盛大召开



第一的纪录:市场增长率保持行业第一;天然气产品保持领导者地位;自卸车保持行业第一,其中8■4自卸车销量实现领先;轻量化牵引车增量行业第一;国四重卡增长率行业第一。在刚刚过去的6月,陕汽重卡销售表现继续威猛,市场份额突破16%,重卡销量位居行业的第二位。

会上,陕汽控股董事长方红卫向广大

渠道经销商提出了“知变、顺变、应变”的市场新要求,期待企业与渠道经销商一起搭建平台、资源协同、联合应战,向市场提供更有突破性的价值营销策略,全面促进

千亿陕汽价值营销的全面落地。值得一提的是,当前,期待由生产制造商向服务供应商转型的陕汽已成功打造了“天然气车全面运输整体解决方案”,“陕西省煤炭绿色运输

新模式”,天行健,融资租赁等后市场服务的新业务板块,在取得了一定市场业绩的同时,具备了一定的价值营销经验。

今年下半年,陕汽将在保持市场优势的基础上,重点围绕6■2轻量化牵引车、环保渣土车、天然气车等细分市场集中发力。作为新能源重卡的倡导者和领导者,陕汽通过整合产业资源,推进“天然气产品整体解决方案”,继续扩大该细分市场的领先优势。值得一提的是,被誉为“重卡X战警”的德龙X3000产品将在本次会议后不久全面上市,这款面向高端市场的行业力作,应用了先进的国四技术,兼具轻量化、节油、舒适、可靠、智能等诸多优势,缔造了“增收益、超舒心、高保障”等三大核心价值,必将成为陕汽今年下半年称雄高端标载物流运输市场的一把利器。

(周 黎)

好想你拟投资6.75亿元建设红枣及其制品深加工项目

发展能力。

2013年是好想你的战略转型年,在休闲健康零食的品牌定位基础上,销售模式从以专卖店渠道为主向专卖店、商超和电子商务等多渠道并举模式转型,引发红枣行业二次革命。今年4月15日公布的一季报显示,其净利润为3149.24万元,同比下降5.14%。

虽然利润受到影响,多数券商和机构对好想你战略调整持乐观态度,研报中给予好想你“推荐”或“增持”的评级。机构分析师认为,提升品牌知名度、开拓新渠道确会造成一时的利润下滑,随着下半年消费旺季的到来,及前期宣传效果的整体发力,好想你的业绩值得期待。

据了解,好想你2013年开始向商超、电

商销售渠道实施战略转型。面对复杂的经济形势和激烈的市场竞争,好想你为推动品牌建设,打出一系列营销组合拳,其中520“大胆表白爱”活动通过线上、线下各式活动引发广大年轻客户群广泛关注,对提升品牌知名度起到积极促进作用。

在渠道转型之余,针对“休闲零食”的定位,实现由生产主导型向市场主导型转变,好想你从2013年开始,推出一系列的营销活动,推动健康零食理念的传播与推广。此前的520活动,更是通过线上、线下宣传互动,集中路演及O2O尝试等,借助目标群体的情感诉求,带动对好想你品牌的关注和对健康、养生食品理念的推崇。

业内人士分析,围绕“520大胆表白爱”

所展开的一系列主题活动,显示了好想你大力实施O2O模式的信心与决心。

业内人士分析,好想你品牌宣传的这一整套的营销组合拳,在短时间内成为关注的焦点,销售业绩走高指日可待。

宏源证券研究员陈嵩昆认为,公司自从向商超、电商大众消费渠道发力以来,转型效果愈加明显,商超、电商收入占比提升至20%以上。休闲红枣行业空间大,未来随转型深入,公司商超和电商的销售收入有望保持快速增长,公司转型效果将更加明显。

“我们继续看好公司战略转型的方向,2014年费用投入依然很大,业绩拐点有望在2015年实现。”瑞银证券研究员说。

(熊 欣)

长帝开启电商高品质小家电定制模式

平台各大电商节销售的佼佼者。

另悉,5月7-9日,天猫首次拉开小家电定制大幕,包下品牌商生产线实现产品定制销售,其中涉及美的、九阳、苏泊尔、长帝、铁三角、艾美特、贝尔莱德、小狗、科沃斯、天敏10大品牌,共12款商品。

长帝携手天猫高调推出全球首款高端专业烘焙型产品3.5版电烤箱CKTF-32GS,无论从外观、功能、质量还是价格来说,都是史上最优产品,一经推出,深受网络用户和烘焙爱好者的推崇。就在活动刚开始的1分钟内就销售了4570台产品,7分钟7000台,7日当天突破20000台。

长帝是国内最早的电烤箱品牌之一,至今已有21年专业制造电烤箱的历史,产品

取得CQC、TUV、GSTUV、CE、UL、CUL等国内外专业认证。除了拥有发蓝技术、扩容技术、控温技术等多项业界领先的专业技术外,长帝在行业内相继首创了全温型电烤箱、专业烘焙型电烤箱和六管加热电烤箱,引领着电烤箱行业的发展。在销售市场上,长帝电烤箱产品出口欧美多国,国内连续5年成为全网电烤箱热销第一品牌,获得广大消费者的青睐。

电商时代的到来,降低了小家电行业的进入门槛,一时间涌现出很多OEM的电商家电品牌。这些OEM的电烤箱产品,质量不稳定,售后服务严重跟不上。由于OEM的部分产品一味追逐利润,导致产品质量低劣,给消费者带来不少安全隐患。即便现在

已是大电商发时代,消费者在选购产品的时候,还是需要擦亮眼睛,选择专业企业产品,有研发、生产和售后保障企业的产品。

电商行业专家罗浩元表示:“长帝显然已经成为京东、天猫等各大电子商务平台销售的冠军企业,开启小家电产品的高质量定制模式。”

罗浩元透露,对于电烤箱行业来说,其实真正有实力的企业不超过10家,像长帝这样专注电烤箱行业的企业几乎没有。长帝企业21年来专注电烤箱行业,带领电烤箱行业从1.0时代发展到了3.5时代。

(魏 勇)

产业平台