

牵手

郑州晚报

南方都市报

战略合作 周年

酒业关注

传统媒体新活法 广告文化节新气象

全国糖酒会广告文化节“新”在何处

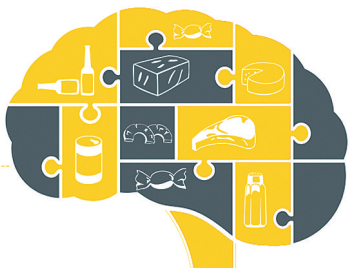


NEW PLATFORM
新平台

NEW IDEAS
新思维

NEW MEDIA
新传播

2014年10月 12日-15日
全国糖酒会广告文化节 重庆悦来国际博览中心



当客户说“我们考虑一下”时,还有没有希望?

当客户说“资金紧张,我们没有这方面的预算”而在其他媒体上看到他们的广告时,你有没有想过问题出在哪里?

客户到底不满意的是什么?这是众多广告媒体商的疑问。

这些问题亟待解决,尤其是在当前的形势下!而要解决这些问题之前,我们不妨看看当今某些传统媒体的“新”活法。

纵观当今传统媒体的发展转型,除了伤痛与坎坷,失败与没落,我们也能看到一些成功的典范,譬如在前不久的

深圳文博会上,传统媒体《京华时报》的盛装亮相——只要用户下载一款名为“京华云拍”的APP,对准加载了云技术的图片拍照,便会体验到该条新闻的相关视频、图片和更多文字报道。

同时,转型之路玩的风生水起的还有家喻户晓的——芒果互联网电视的如火如荼,更是令众多传统媒体争相效仿。在新媒体时代,芒果的求变与求新一直有目共睹,而“芒果嗨Q”更是将手机瞬间“变身”虚拟遥控器和键鼠。

而这或许只是冰山一角。全国糖酒会广告文化节将向您展示的或许更多。

作为全国首批数字出版

转型示范单位的重庆日报报业集团,重报集团着眼数字化转型,把数字化战略纳入报业集团战略发展整体规划,建立了集团数据库平台,用数字技术整理重庆日报历史报纸10.08万个版,为数字出版广泛运用和大数据营销奠定了基础。现在集团报刊日均发行260多万份,各媒体官方微信、微博活跃粉丝800多万,微视频、手机报、移动客户端、户外电子屏等用户集群数超过1200万。

他们是如何做到的?他们这些新技术可以在哪里看到?

和文中开头的问题一样,这些问题在今年10月12日~15日于重庆悦来国际博览中心举行的全国糖酒会广告文化节上,将为您一一揭晓。

全国糖酒会食品广告文化节的主题是“新平台·新思维·新传播”。

这个新,该如何理解?概括而言,这里的新是对媒体本质的进一步回归,而非对媒体内涵的另一种颠覆;新媒体相对“传统媒体”而言的

主要优势并不在于其提供了“更新”的媒体呈现方式,而在于其以传统媒体技术水准和生产模式下无法实现的更专业的方式完成了对用户体验的真正尊重:让最专业的人,生产最专业的内容,以用户最喜欢的推送渠道呈现给目标受众,并且及时获得反馈。微信也好,微博也好,都远不是新媒体的最终形态,而只是这一快速演变过程的开始,但是他们却已经明确的昭示了未来传媒的发展方向:离用户再近一点,表现再专业一点!

这也是全国糖酒会食品广告文化节的深层内涵与终极目标,让广告主与广告商在这样一个空前融合的新平台上,挖掘自身需求,促进传播整合,实现营销落地。

而这或许将解决文章开头的疑问:离用户再近一点,表现再专业一点!

全国糖酒会广告文化节,直面沟通空前呈现,量身打造新型平台。
郑州晚报记者 张富程

董酒懂健康



中秋遇上大热天 喝点白酒有好处

距离中秋节还有一个多月,不过爱热闹的河南人已经开始谋划各种佳节聚会了。今年中秋节(9月8日)来得比较早,正赶上夏末秋初这个比较“烦躁”的季节。因此,欢聚时喝什么酒就成了人们最关注的话题。

《黄帝内经》记载,人依靠天地之合和五谷精气生存,顺应四时阴阳寒暑而有规律地生活。疾病在刚刚发生时,都比较轻微,容易治疗,自古医术高明的医生,都经常会用五谷、草药制作出的酒水以自然疗法去提高或修复人体免疫功能,预防、缓解慢性疾病。特别是虚寒体质的人,在夏季适当喝点健康白酒,有驱逐寒邪、补益脾胃、防治“冬病”的作用。为此,不少专家建议,有饮酒习惯的人,在夏季的最佳用酒不是冰镇啤酒,而是适量饮用健康型白酒。

比如中国老八大名酒之一的董酒,其精心遴选130多种本草精华,并将它们分为浓郁、舒适、清心和淡雅4类。值得注意的是,这些本草并不是简单地炮制在成品白酒中,而是在小曲中按“百草单”配方加入90多种本草,在大曲中按“产香单”配方加入40多种本草,辅之以独创的串蒸法烤酒,使得董酒既有大曲酒的浓郁芳香,又有小曲酒的绵柔、醇和、回甘等特点,堪称“最健康的白酒”。

《千金方》曰:“一人饮,一家无疫;一家饮,一里无疫。”至今,在我国南方的许多地区还传承着这些饮酒风俗。在中秋这个中国传统节日里,用最传统的饮酒方式喝着传统工艺酿出的健康好酒,别有一番滋味。

郑州晚报记者 王一品

酒市资讯

轩晖教育联合逸香国际 走热第14届中部(郑州)国际糖酒展



2014年8月6日至8日,第14届中部(郑州)国际糖酒展在郑州会展中心隆重举办,众多酒水企业纷纷亮相。展会现场,作为唯一一家参展的

葡萄酒教育机构,轩晖教育的展台前人潮涌动,异常火爆,更有不少观众在现场报名参加葡萄酒课程。轩晖教育在现场展出逸香葡萄酒教育课程并推出“关注有礼”等大手笔回馈活动,有数千人关注轩晖教育微信,取得巨大成功。

据了解,轩晖教育是中原地区逸香国际唯一银牌教学机构,轩晖教育与逸香国际强

强联合打造顶端优势,为郑州本地乃至整个中原地区的葡萄酒爱好者和从业者提供高品质、国际化的葡萄酒培训服务。

轩晖教育董事长袁志龙告诉记者,逸香专业的葡萄酒教育落地郑州,极大利于本地学员的就近学习,同时也会推动本地高端葡萄酒人才的培育,提高郑州在中部地区葡萄

酒消费领域的话语权和影响力,强化领袖地位,增进本地与国际葡萄酒产业的关联。

当下,以郑州为中心,辐射河南乃至整个中原地区,正成为一股强势崛起的葡萄酒消费生力军,对葡萄酒专业人才有着爆发式需求。轩晖教育作为逸香银牌授权培训中心,潜力巨大。

郑州晚报记者 张富程

酒市说事 栏目主持 高梓琦

青青稞酒五年战略 实现三化目标

日前,青青稞酒在其投资者活动日上对公司的动向做了回答。公司不排除并购的可能性,近期没有开展矿泉水项目的计划,而或被某香港背景的公司收购属谣传。公司开展五年战略,努力实现三化目标,采取深度分销策略,提升市场占有率,且未有提价打算。

贵州天马携千家终端 入驻酒快到

8月4日,北京酒快到网络科技有限公司(以下简称“酒快到”)与贵州天马酒业有限公司(以下简称“贵州天马

酒业”)签署战略合作协议。会上,双方联合宣布,贵州天马酒业将携旗下千家终端集体入驻到“酒快到”平台,正式开启O2O战略。

茅台推进股权激励办法 提升业绩

7月31日,贵州茅台公告称,茅台集团将于2017年12月底前推进制定对公司管理层和核心技术团队的股权激励办法,报经相关部门批准后,提交公司股东大会审议通过后实施。

西凤高调推出 “旗帜西凤酒”新品

近日,西凤酒高调宣布推

出“旗帜西凤酒”,据记者了解,此次西凤酒推出的“旗帜西凤酒”共有两款产品,一为绿瓶产品,终端零售价为400元/瓶以内,而另一款水晶瓶的产品终端零售价为300元/瓶左右,此价位与剑南春接近。据悉,在西凤的百亿目标之中,旗帜西凤酒要占到30亿元~40亿元的销售额。

百威英博第二季度 销量1190万干升

由于2014年世界杯足球赛的刺激,今年第一季度的销售强劲势头延续到了第二季度。第二季度该公司的总

收入比去年同期上升了5%,至122亿美元(约合90亿欧元),而净利润同比增长74%至26亿美元。它已经在世界各地售出1190万干升啤酒(约合31亿加仑)。



欢迎关注“郑州晚报名酒
微信互动平台”zzwbmi

有奖问答

董酒为什么被称为“最健康的白酒”?

请将正确答案及姓名、联系方式发微信至晚报名酒专刊(微信号:zzwb-top-mj),正确回答问题的前三名读者每人将获得价值158元的新贵董酒一瓶。

领奖地址:

东明路红专路金成商务大厦902室,获奖者需携带本人身份证及复印件领奖。

领奖咨询电话:

4000909691

上期获奖名单:

李步霞(139****0663)
赵晓娟(139****5162)
褚润哲(677****24)