

“红色游”一房难求,抢尽暑期游风头

湖南旅行社上演“百团大战”

本报6月27日讯 本周一,各大旅行社的暑期档产品全面上架。长沙多家旅游机构反映,今年的“红色游”格外火爆,井冈山、西柏坡等经典线路彻底“疯”了,已呈现一房难求的井喷态势。

记者搜集的资料显示,湖南宝中旅游7月自组红色旅游线路7条、最高频率达到天天发团;亲和力旅游更是一口气推出涵盖全国十大红色旅游片区的共计近30条组团线路。

旅行社卖力吆喝,加上《建党伟业》等红色主题影片的热播效应,湖南游客的“红色情结”在今年夏天特别高涨。

新康辉国旅总经理助理曾舟称,6月以来,光是井冈山和西柏坡两条经典

红色线路的发团数量就超过100个。亲和力旅游的统计数据显示,本月“红色游”已发送100多个团队、游客近3000人,为近年来最高峰。粗略估算,全省各地旅行社仅红色旅游一项,6月中下旬每周发团就高达逾万人次。

不过,“红色游”的火爆程度也让旅行社感到有些招架不住了。“本周末,井冈山的很多酒店都已经不接受预订了。”一边是游客报名成倍增长,一边是热门景区一房难求,本地旅行社纷纷使出浑身解数抢房留客。一家旅行社负责人透露,他们往往建议游客改走“红色+山水游”等其它线路,以减少在红色景点的停留天数、提高订房成功率。■记者 谭斯亮

精品线路推介

*红色+山水游:

红色新安源+绿色武功山二日游,新康辉国旅每周六发团368元/人起;
乌兰夫纪念馆+内蒙草原大漠风光+大青山4日游,宝中旅游逢周三发团3280元/人起。

*红色+避暑游

贵阳+黄果树瀑布+遵义红色之旅双卧4日游,亲和力旅游1300-1400元/人;
清凉一季庐山恋三日游,新康辉国旅逢周二/周五发团720元/人起。

*红色+名胜游:

北京红色经典品质单飞六日游,华天国旅每周六发团2480元/人;
延安+西安世园会/兵马俑双飞六日游,宝中旅游逢周二/五发团3350元/人起。

农发行26亿元支持湖南粮食产业

本报6月27日讯 今日,中国农业发展银行湖南省分行营业部与湖南粮食集团有限公司签订了战略合作框架协议。按照协议,今年农发行将为湖南粮食集团提供26亿元以内的信贷支持,对湖南粮食集团有限责任公司粮油购销、储备、加工、物流及项目建设等方面的贷款需求优先受理对接、优先调查评估、优先安排信贷规模、优先启动贷款投放。

湖南粮食集团有限责任公司是经省政府批准,由省粮食局、长沙市政府合作,整合湖南粮食中心批发市场、长沙金霞国家粮食储备库及湖南金霞粮食产业有限公司三大企业组建而成的国有大型粮食综合性企业。

■记者 曾力力 实习生 丁丽荣

家乐福盈利水平下降 统一退出合作

台湾食品巨头统一企业集团日前发布公告称,计划出售所持位于天津、广州和重庆三家中国大陆合资公司的全部股权给合资伙伴家乐福中国控股有限公司。统一公关人士给出的理由是,公司希望集中精力发展中国大陆的食品加工业务,而家乐福近年盈利水平下降,有专家猜测投资回报不高可能导致合作伙伴退出。

【统一】为集中发展食品加工

数据显示,3家公司去年的获利合计达人民币2700万元,统一在这三家公司的持股比例分别为45%、20%和10%。统一称,预计将在今年年底前完成上述交易,公司将获得311万美元的股权出

售收益,但交易尚待监管部门批准。

统一公关人士称,公司希望集中精力发展中国大陆的食品加工业务,这也是公司计划撤回对公司不具控股权的零售和分销业务投资的原因所在。

【伙伴】难获利陆续退出合作

家乐福公关人士昨日在接受采访时,承认统一出售大陆三家合资公司的股权。

记者发现,近年来,家乐福中国区的合作伙伴纷纷出售股权退出合作。去年年底,浙江省经济建设投资有限公司将杭州家乐福超市有限公司15%股权及宁波家乐福商业有限公司20%股权打包转让,被大股东荷兰家乐福

收入囊中。

2008年广百股份也出售家广超市有限公司25%股份,加上统一此次退出,家广超市目前90%股权为家乐福持有,10%为广州万盛实业有限公司持有。

第一商业网总裁黄华军认为,2009年以来,家乐福在中国面临店面数量和营业额双输的局面,门店数量第一次被沃尔玛超越,单店的盈利能力也首度被大润发超过。黄华军认为:“投资回报不高,合作伙伴更愿意将资金投向其他更赚钱的渠道。”

曾为家乐福投资伙伴的一家公司负责人表示,与家乐福的合作一直很难获得经济效益。 ■据广州日报

搜索营销 中小企业群体智慧的选择

《纽约时报》榜首畅销书《群体的智慧》有一著名论断,“群体的智慧,可以让动物们变得聪明,自然也能让人类做出最聪明的决策。”互联网高度发达的今天,群体的智慧得以在更广阔的领域体现,越来越多的人选择了网络,越来越多的企业也选择了基于互联网的搜索营销。目前,借助百度搜索营销实现销售增长、品牌拓展的中小企业已经达到40多万家,这些数量庞大的来自各行各业不同类型的企业,这也是又一次群体智慧的选择。

市场竞争决定企业共同选择

相关统计显示,我国网民人数已达4.57亿,搜索引擎已成为互联网第一应用,搜索引擎的飞速发展,一方面为广大网民提供了获取信息的便捷途径,另一方面,也汇聚了网民的商业需求,为中小企业更敏锐的把握市场变化、洞悉消费者需求提供了可靠依据。目前我国拥有超过4000万家中小企业,在国民经济中占据着非常重要的作用。然而,他们的平均寿命却仅有2.9岁,平均每分钟就有一家中小企业破产。面对客户数不足,开发新客户难度大,生产和运营成本增加等难题,对于大部分中小企业而言,生存和发展的关键往往就在于选择一种适合的营销方式来扩大市场范围、寻找更多商机。在对营销方式的探索中,从传统的电话营销,上门拜访到如今足不出户的网络营销;从传统的纸质、电视媒体推广,到如今的搜索推广,



40万中小企业做出了一个共同的选择,那就是搜索营销。40万中小企业的实践证明,通过百度推广,有效解决了企业营销成本、客户开发以及经营模式等多方面的困扰。搜索营销进而成为有别于传统营销方式的企业创新推广平台。百度推广凭借投入低、投放精准、效果可控等优势,被越来越多中小企业视为提升营销能力、实现增长方式转型升级的利器。《中国中小企业

生存现状调查报告》显示,搜索营销已经成为广大中小企业最认可、最依赖的推广方式,在已经开展搜索引擎营销的企业中,91%的被访企业计划增加或保持对这一营销方式的投入,其中计划加大投入力度的企业比例高达51.5%。

群体智慧选择,证明搜索营销的价值

实践证明,40万中小企业

的共同选择,不是盲目跟风的从众心理,而是基于不断尝试推动的实际效果的群体智慧的结晶。东莞市顺力工业设备有限公司杜斌介绍,在使用百度推广之后,公司的网站流量增长了80%,同时咨询电话增长了40%、咨询邮件增长45%,更为重要的是,新增的客户80%以上来自百度推广。北京东创金辉科技发展有限公司创始人孟庆东也表示:“借力搜索营销之后,公司‘小

吃车’销量从之前的每月10余台飞升到每月500台至600台,全年实现毛利润约100万元。如今,搜索营销已经成为东创金辉最倚重的营销方法与渠道。”

百度搜索营销的精准与高效性,帮助广大中小企业更加准确锁定目标客户的消费行为与习惯,按设定的地域、时间进行投放,并可灵活设定和调整优化与时事热点相结合的关键词及创意,拓展潜在客户,实现跨越发展。

群体智慧时代,搜索营销鼎力支持地区发展

搜索营销不仅受到广大中小企业的欢迎,如今也得到越来越多的各地方政府的鼎力支持。中科院研究生院的调研数据显示,房地产行业对GDP的拉动系数为1.76,而搜索引擎对GDP的拉动系数为32.29,后者是前者的20倍。在大力提倡经济发展转型的今天,搜索营销正成为地区经济增长的重要驱动力。

百度相关负责人表示,百度乐于见到地方政府对搜索营销的支持,百度有服务40多万各行各业中小企业的丰富营销经验和推广资源。百度希望通过与各地方政府的支持,共同为中小企业的发展献计献策,促进地区经济繁荣。

为达成这一目标,百度正以自己的实际行动深入了解

中小企业的推广需求,通过一系列专业技能的培训和知识的普及,切实帮助中小企业改善营销现状,推动互联网产业发展以及传统经济向互联网经济的过渡。百度积极参与“2011中小企业大巡诊活动”,将最新的搜索营销服务与企业需求相结合,为企业带去及时有效的搜索营销解决方案;百度还正在举办的国内最大的网络营销推广普及活动——2011年百度营销中国行,已向约10万家不同行业、不同地区的企业传授搜索营销等创新营销方式,帮助企业提升竞争力,促进地区经济繁荣和经济发展方式转型。

业内专家指出,百度在搜索营销市场多年的培育与深耕,其成果如今正得到不断体现。更为重要的是,以“搜索营销”为核心,百度构建了一个多方共赢、良性互动的经济发展生态圈。一方面通过对先进营销产品和技术的运用,快速加强企业营销能力、进而提升企业的增长转型和内在竞争力;另一方面,通过支持企业的发展壮大,推动产业链上下游企业的协同发展,最终推动区域进行的整体进步。可以预见,搜索营销这一广大中小企业群体智慧的选择,将在如今经济转型大背景下发挥重要作用,深深刻下时代的烙印。