

# 腾讯颜伟鹏：移动互联网加速 网络营销走向“整合”、“精准”

前不久，腾讯效果推广启动2012腾讯效果营销中国行活动，这场历经16个城市19个站点的网络营销路演，在向外界传递移动互联网赋予网络广告的深层价值。

“下一代的网络广告革命将会在移动互联网掀起。”在网络广告领域从业多年的腾讯搜索广告平台部总经理颜伟鹏在2012腾讯效果营销中国行南京站上分享了自己对网络广告技术、产品发展的思考。

网民的行为数据是网络广告开始的地方，任何一种广告形式都离不开商业信息的关联与网络用户需求的关联，行为数据越是丰富，产生的营销价值就越大，随着智能移动设备的普及，移动互联网开始具备了承载海量用户行为数据的能力。颜伟鹏认为：“互联网的未来在移动端，营销平台必须为移动端信息的爆发做足准备。”

面对互联网的移动化趋势，腾讯效果推广也早已开始了行动，并陆续推出的无线搜索广告、情境广告、无线APP搜索广告等带有移动互



联网属性的营销产品。从这几款产品的优势和特点来看，无线广告产品更加强调投放的精准以及对碎片化流量的整合。

在颜伟鹏看来，“整合”将会是提升广告精准度的有效手段，碎片化流量需要整合汇集成大流量，分散的搜索入口和搜索请求需要通过后台进行统一梳理，从而形成更可观的营销价值。

腾讯旗下拥有众多移动平台入口，跨平台整合将使得无线广告产生更多样的定向方式，更加精细化的流量分配，从而实现更精准的投放。

目前腾讯效果推广已经通过“数字营销整合套餐”迈出整合营销的第一步，这个产品集合腾讯效果推广的四大广告产品线，并提供包括地图标注、企业邮箱、企业微博等增值服务。颜伟鹏表示：“这只是营销资源大规模整合的开始。”

作为一个在品牌、产品、渠道、服务等方面具备全国影响力的营销平台，腾讯效果推广正试图满足不同区域不同企业的差异化营销需求。

“由于每个区域的互联网基础设施建设存在差异，经济发展水平也各有不同，腾讯效果推广会根据每个区域的不同情况，在产品、渠道、服务等方面采取不同措施，以迎合广告主的需求。但检验我们产品服务的标准只有一个，那就是广告必须要产生实效。”颜伟鹏表示。

## 长城葡萄酒冠军品质铸就奥运荣耀

“告别伦敦，问好里约”——距离第30届夏季奥运会闭幕式结束的时间已有半个月之久。此届奥运会带给我们的不仅是欢乐与泪水，还有更多荣耀与自豪。

在20个比赛日里，中国奥运健儿在赛场上一次又一次突破，夺得一枚枚金牌，向世界展现了中国体育快速发展的步伐。

而在伦敦奥运会前后，长城葡萄酒再度代表中国陶醉了世界宾朋，成为世界顶级赛事的“中国美酒名片”，永远珍藏在全世界的记忆之中。

从2008北京奥运长城葡萄酒来自全球的100多个国家的元首、政府首脑、皇室成员、数万奥运代表团官员、超过3万名媒体记者提供了美酒体验，到2012年伦敦奥运会见证中国奥运军团金牌突破200枚，携手38位中国冠军向



世界展示中国自豪。

从2008北京奥运后洛桑国际奥林匹克博物馆永久收藏长城桑干，到2012伦敦奥运中国食品有限公司董事总经理梁秀菊向奥运首金易思玲再度赠送珍藏级长城桑干，长城葡萄酒与奥运荣耀始终一路相伴；

从2008年北京奥运会上千家的媒体争相报道，2012伦敦奥运会新媒体平台的深度应用，无论是媒体报道的深度还是广度，无论是传播手段形式的多样化还是覆盖人群的数量，都已经成为葡萄酒行业营销的新标杆，藉此，长城葡萄酒的奥运品牌效应一直在不断的升温。

业内专家评论，长城的奥运营销，有效的将品牌内涵与奥运精神完美融合，借势全球性大事件，传播周期更是贯穿了伦敦奥运的全过程。

在品牌推广过程中，长城葡萄酒不仅很好的延续“国有大事 必有长城”的品牌理念，见证了中国奥运军团的金牌梦圆，更让共同圆梦的筑梦人见证了长城葡萄酒以冠军品质征服世界的荣耀历程。

## 从“宽变频”到“精智变频” 合肥三洋开创变频洗衣2.0时代

洗衣机的变频技术如今迎来了新一轮的变革升级。与以往类似，这一次合肥三洋依然充当了主导者和领先者的角色。目前，合肥三洋已经对其变频技术再次进行了全面升级——新的“精智变频”技术将逐步取代原有的“宽变频”技术。

国家信息中心市场信息处处长蔡莹早前曾表示：“由于变频洗衣机具有节能、超低噪音、可变速流、高脱水转速等特点，必将占据洗衣机驱动技术的制高点，成为企业高端产品的主要技术卖点之一。如今，蔡处长的预估已成为现实。

### 变频洗衣领域，合肥三洋优势明显

五年前，变频洗衣机还仅仅是合肥三洋等一两家企业的专属产品。而到了2011年底，这股“变频之风”已经刮遍了几乎所有的白色家电企业，尤其是洗衣机领域。据有关部门统计，



在合肥三洋为代表的相关企业的滚筒洗衣机产品中，变频机型已经占比近80%。

与其他企业还在估算变频普及时间表不同，合肥三洋已经完成了变频技术的几次自我超越。从2004年推出业内第一款顶开式直流变频滚筒洗衣机后，合肥三洋又首次将变频技术运用到波轮洗衣机中。目前变频技术已成为贯

穿合肥三洋整个洗衣机产品线的标准技术。

合肥三洋之所以能够积累起这样的优势，得益于其在变频电机及程控程序研发领域的不断进步与发展。合肥三洋是国内少数能够独立生产变频电机的企业，从最早的“交流变频”到“DD直流变频”、“宽变频”，直至最新的“精智变频”。

毫不夸张的说，合肥三洋一路领跑行业着行业的变频技术。如今，合肥三洋正通过技术上的不断再优化无限接近“最节能、最降噪、最干净、最护衣”这一理想洗衣机的标准。

会议期间，合肥荣事达三洋电器股份有限公司副总裁章荣中还向记者透露：各地经销商订购变频洗衣产品的火爆程度同时也预示着今年下半年及明年行业竞争的加剧。届时，以技术创新见长的合肥三洋一定能够利用这一有利时机再次带动整个行业和产业的升级。

## 史上最强中级车是怎样炼成的 —数字解读新一代轩逸

这个夏季因奥运会的激烈征战而显得异常炙热。而在中级车市，王者之争进行得亦是如火如荼。

业内人士称，2012年是中级车市的“新元年”，也是中级车市的“奥运季”，许多“重量级选手”不断涌现，还不时杀出一些黑马抢夺市场，中级车市的金牌榜始终变幻莫测。

这其中，被业界称为“价格杀手”的新一代轩逸以超凡的产品力和一步到位的定价为中级车市带来巨大震荡。

销量数字、价格数字、产品数字，就像新一代轩逸征战的咒语，安静而内力无边；更像新一代轩逸的密码，破解车坛记录，演绎王者神话。今天，就让我们揭开这些数字的神秘面纱，解读史上最强中级车是怎样炼成的。

### 史上最强，非凡实力用数字说话

作为东风日产的战略车型，轩逸自进入中国以来，累计销量超过50万台，创造了中级家轿市场的销量神话。新一代轩逸继承了轩逸的卓越品质和良好口碑，是以十大产品亮点打造出的具有“高、富、帅”越级产品力的“史上最强中级车”。

新一代轩逸分为两个级别共8款车型，分别采用1.6L和1.8L发动机，官方指导价格为11.9万元-16.9万元。轩逸·经典系列共4款车型，采用1.6L发动机，官方指导价格为9.98万元-12.08万元。同时，新一代的轩逸1.6L CVT及1.6L豪



华版MT车型，还将享受到国家3000元的节能补贴。

业内专家表示，新一代轩逸的定价展现了东风日产引领行业发展的非凡魄力和真心回馈消费者的十足诚意。制定的价格一步到位，甚至超出了中级车的价格“底线”，直逼紧凑

型车的定价，为消费者带来了惊喜。

### 十大亮点，款待家人弹不虚发

当易思玲以10.5环的最后一枪赢得女子10米气步枪冠军，为中国“射下”奥运首金的时候，易思玲不仅带来了金牌，还大大提振了奥运军团的士气。“10”也代表了她的“十全十美”的表现。然而，被誉为史上最强中级车的新一代轩逸拥有十大产品亮点，在外观内饰、动力操控、安全节能等10个方面可谓“弹不虚发”。

新一代轩逸搭载了全新一代1.8L发动机(MR18DE)与全新智能XTRONIC CVT无级变速器组成的Pure Drive纯净动力系统，在提供充沛动力输出的同时，还拥有最佳静音性和传动顺畅性。此外，这款发动机还采用了90mm长冲程技术和纳米级低摩擦技术，在中低转速下实现了同级最大扭矩。

业内人士指出，新一代轩逸，用一串串数字串联起日产汽车先进的造车理念及先进技术，串联起东风日产的品牌主张及人性关怀，超越了消费者全家对家轿车型的全方位需求，为中级家轿市场的历史写下浓重一笔，必将开启中级车坛的新纪元。

## 北汽威旺秋爽 服务季开幕在即

从9月1日到11月31日，北汽威旺将在全国授权经销商中正式启动“服务‘家+乐’·关爱伴您行”北汽威旺秋爽服务季活动，在全国范围内推出一系列服务优惠政策，将有优秀的服务技师、专业的检测设备为您免费提供安全行驶系统检测。

北汽威旺联合全国所有授权经销商共同举办此次秋爽服务季活动，希望在收获之际为广大用户提供安全行驶系统免费检查，确保收获劳作过程中车辆的安全行驶。据介绍，凡进站客户车辆均可享受12项安全行驶系统免费检查，包括：底盘、发动机、散热系统等；同时随着天气转凉，还将为用户免费适量添加防冻液，为用户出行消除后顾之忧。

北汽威旺相关负责人表示，“服务‘家+乐’·关爱伴您行”北汽威旺秋爽服务季活动将从9月持续到11月，今年将经历最长的法定假日国庆8天长假，不仅是农耕收获的季节，也是回家探亲、外出旅游的最佳时期，在这个用车高峰期，让车辆保持最佳的状态、一路安全畅行是我们希望给予车主的最大回馈。

## 德赛西威新品 SiVi LINK下线 开创车载娱乐系统新时代

日前，德赛西威全新一代车载信息娱乐系统SiVi LINK正式下线。据了解，SiVi LINK在产品形态方面具备终端设备大屏直接呈现、双向互动无碍操作、音视频同步输出体验的特点。

产品性能方面拥有专属Car mode展示，通过与HTC专属手机底层专用软件，使用USB2.0&BT2.1协议优化传输，手机上导航、微博、游戏、高清视频、股票等五花八门的海量应用就可以同步到车机上。SiVi LINK不仅最大化发挥车载娱乐系统的优势，完美解决了智能车载娱乐系统与智能手机切换，同时还缩短车主对车机功能的适应时间，降低娱乐系统的成本，“间接地”实现了车机的安卓智能化。

另据获悉，德赛西威汽车电子有限公司已加入车联网联盟(Car Connectivity Consortium,简称“CCC”)，该组织由知名手机厂商HTC、三星、诺基亚、LG联合汽车厂商戴姆勒、通用、大众、雪铁龙、丰田、本田、现代、和起亚，以及系统供应大厂阿尔派电子和松下共同发起成立。

该联盟致力于透过跨产业合作建立起统一的连接标准，以打造无缝隙的车内智能环境，为使用者提供最简单舒适的驾驶享受。截止目前，CCC在全球范围内共有成员单位近70家。

## iCE SCREEN 全球震撼首发 掀消费电子产品革命

8月22日，TCL与腾讯在深圳联合召开“共驱创新，智享娱乐——iCE SCREEN品鉴会”，对外发布全球首款可移动大屏娱乐智能云终端产品——iCE SCREEN，创新拓宽了智能云终端产品的全新形态，打造出与众不同的极致3C新体验。

据了解，iCE SCREEN取得了一系列颠覆性突破，其中iCE SCREEN首创可移动大屏概念，在采用26寸大屏设计的同步，配备有移动电源，支持无线wifi，可实现多种使用环境下的轻松便携移动。另据介绍，iCE SCREEN还具有极速视频播放功能和海量的影视资源，并可通过目前最领先的人脸识别技术快速登录和启动QQ视频通讯，让用户畅享到可移动的大屏精彩在线云生活。

## 周黑鸭长沙寻找 “中华名小吃”

8月25日，由中国著名休闲卤味食品企业周黑鸭主办的“首届中华名小吃大赛”来到长沙。据悉，此次长沙站落地活动将分为“美食总动员”与“拍摄《周黑鸭·寻味城市》”视频短片”两个主要环节。“美食总动员”的活动地点设在黄兴路步行街，这是长沙人气最旺，也是最繁华的地段之一。活动现场吸引了大量的周黑鸭粉丝以及来自长沙各地的“吃货”达人。

同时，《周黑鸭·寻味城市》的摄制组在长沙部分小吃店铺中进店取景，收录了油炸臭豆腐、口味虾、香辣跳跳蛙等招牌小吃。这些小吃也给周黑鸭后续产品及市场的拓展带来更广泛的思路。主办方表示，这次大赛使更多的人加入到寻找中华名小吃的队伍中来，也加深了人们对周黑鸭品牌的了解与认知。