



爱晚亭家纺 点亮《脱颖而出》

1 你想成为明星吗？爱晚亭家纺将为您倾心打造！

由三湘都市报、华声在线、湖南电视剧频道联合打造的全国首档广告真人秀“脱颖而出”栏目总决选正如火如荼的进行，得到了广大广告创意发烧友们的高调响应，涌现出一大批具有

独特创意和具有演员潜质的未来广告明星，整个活动呈现出越来越火的势头。作为湖南床上用品的著名品牌－爱晚亭家纺在这波浪潮中创意非凡、脱颖而出。

2 成就明星、成就品牌！

湖南省长沙市爱晚亭家纺用品有限公司是一家集研发、设计、生产、销售于一体的家用纺织品企业；是国内较早涉足家用纺织品行业，并已形成自己特有风格的家纺企业。公司成立于 2000 年，在当地政府和全国各位加盟商的支持下，公司走过了不平凡而曲折的过程，并产生了广泛的经济效益和社会效益。

公司产品严格按照 ISO 国际质量体系标准组织生产，多次被评为“消费者信得过的品牌”；2004 年在中央电视台《上榜品牌》栏目中荣誉播出，同年指

定为《玫瑰之约》专用产品；2005 年荣获中国质量万里行“中国质量信誉之星”；2006 年湖南省纤维检验局授予 AAA “质量保证能力资格”企业；2007 年荣获“湖南省著名商标”；2009 年起把每年的 12 月 26 日确立为的“企业文化日”并于 12 月 26 日举办了爱晚亭家纺首届企业文化节，同年荣获“湖南省 A 级信用单位”，并成为《前行中国》大型创业、就业活动战略联盟单位。2010 年成为湖南电视台《脱颖而出》栏目大型活动战略联盟单位。



公司经营理念:承千年历史名亭,铸百年家纺品牌

公司经营宗旨:务实求精、客户至上、速度第一

企业的价值观:感恩惜福、回报社会

我们的广告语:爱你一辈子(已经国家工商总局申请保护性注册)

专业的研发团队,强大的研发支持,使爱晚亭在产品研发上表现出色,产品设计新颖,赢得海内外专业人士及消费者的一致肯定。

销售网络:遍布湖南省内,并在广西、江西、湖北、云南、贵州、四川、河南等省、区均设有专卖店,在国内形成了比较健全的销售体系。

3 深厚的文化底蕴,是品牌崛起的原动力……

“爱晚亭”英文 Awaiting, 译音为成功的希望，爱晚亭系长沙岳麓山名胜，中国四大名亭之一，原名红叶亭，由湖广总督毕沅根据唐代诗人杜牧“停车坐爱枫林晚，霜叶红于二月花”的诗句，改名爱晚亭。爱晚亭是革命胜地，一九五二年重修爱晚亭时，由毛泽东亲笔手书“爱晚亭”三字。

传统的家纺品牌战略规划以品牌为焦点，为做品牌而做品牌，做出来的品牌有美感，有韵味，但是千篇一律，没有独特的传播力，更没有强势的营销力，催生的多是短命的侏儒品牌。

“做任何品牌，首先就要树立一

定的高度，方向和高度是成就企业最大的竞争力”，在 2010 爱晚亭家纺首届市场运营研讨会上营销总监谢炳林如是说。现代品牌的博弈其实就是服务和文化的角逐。在 2009 年 2 月，爱晚亭家纺提出把每年的 12 月 26 日作为公司“企业文化日”，听谢炳林说当时就是基于塑造这样一种文化元素和历史积淀而思考的。他认为品牌精神是树立品牌高度的一个要件，并要善于找到品牌形象的原型意义，品牌传奇是神龙之源，是品牌的魅力所在。

2010 年 7 月 2 日爱晚亭家纺首

届市场运营研讨会上，爱晚亭家纺公司董事长史德林高调宣布全程参与“脱颖而出”之后，一触即发，得到了各加盟商的积极响应。会上，“脱颖而出”策划人员详细介绍了活动的内容与报名方式。这个无门槛、国内第一档广告行为秀的电视节目立即吸引了大家的眼球。“这是一场首创、无门槛、全民参与、全民娱乐的表演赛，堪比超女、快男的真人秀活动，将会更好玩，更有趣。”“同时也会为梦想成为明星者提供一个绝好的发展平台”史德林说，作为合作单位，公司将全程参与到其中去，并把全省各个市州

的销售点设为活动报名点。希望大家能积极参与到其中去，秀出你们自己的风采和才华。

会后公司员工及加盟商踊跃报名，积极参加。在《脱颖而出》海选第一轮中以令人耳目一新的现场表演及 DV 制作赢得了评委和现场观众的高度赞许。爱晚亭家纺为本次活动提供了让大家展示魅力的舞台，同时公司优秀节目的加入也为《脱颖而出》活动的进行起到了推波助澜的作用。

大家都说，我们看到了湖南家纺行业的又一强势品牌——爱晚亭家纺，正在脱颖而出、崛起前行。

七未熟食给你 Q7 美味

想吃美味 就选七未

QQ 的玩偶，灵巧的包装，精致的小吃，每每看到七未熟食都让人忍不住想吃上一口。

七未坚持做最好吃、最安全的熟食，小根鱼、鹌鹑蛋、鸭腿、牛筋、豆腐干、茶叶蛋、凤爪等系列产品，种类覆盖了几乎所有熟食品类。所有种类均采用一元装、两元装、十连装(十件一元装单品连装)的形式，力求带给消费者方便、快捷。

“美味、安全、方便、快捷”是七未熟食始终坚持和追求的产品定位。“美味”是食品的立身之本；“安全”是做食品的人的良心；“方便”是强调包装设计易于食用；“快捷”是即食小吃的最大特点。

白手起家 踏实前行

七未熟食，起家于湖南省长沙市望城县，领头人袁小平，出生、长大、成家、立业在这片土地上。从跟土地要饭吃的农民，到经营食品厂、开贸易公司的企业家，袁小平的事业从无到有、从小到大。正因为是白手起家，他深知每一

分收益的得来不易，深知合作伙伴的作用，更深知消费者的信任是何等重要。因此，袁总无论在选择经销商、选择新产品，还是选择广告投放时都十分谨慎，宁缺勿滥。

小熟食 大视野

谨慎不等于保守。袁总的理念是，虽然经营的是小食品，但是要做大市场，要树大品牌，要有大视野。

七未食品目前已进驻沃尔玛、步步高、家乐福等大型 KA 连锁卖场，覆盖了几乎所有学校、社区的街边店铺。随处可见的 Q7 宝贝俨然成为了熟食小吃的代言人。

为了迅速提升品牌形象，在更高的平台上展示七未，袁总更是大手笔的加盟《脱颖而出》大型广告新星选拔活动。借助全媒平台，借势电视选秀，让七未迅速脱颖而出，成为行业先锋。

七未熟食 脱颖而出

亲自到现场感受广告发烧友们的异常 High 场面以后，天生爱玩的七未熟食总经理也不甘落后，突然灵感喷

发，他觉得这个活动本身就就和七未品牌不谋而合。在这个舞台上，其实就是交朋友、找伙伴、SHOW 表演的一个过程。而七未熟食，主要产品有小根鱼、鹌鹑蛋、鸭腿等消费者平时爱吃的小熟食，随着一元装、十连装的健康、安全、便捷的熟食快速地走红街边小店，尤其是在沃尔玛等 KA 连锁店里的疯狂抢购，显然七未熟食的安全及美味已经得到了消费者的认可。而熟食本身就是自己享受和跟别人一起分享快乐的寄托，所以在跟伙伴吃七未熟食的同时，也就是在与朋友交流感情的时候。

为了让更多的人都能够了解到七未熟食的美味和情感特性，七未熟食在脱颖而出的决选舞台上积极参与，也看到了选手们对七未熟食的创意表演。其实只要表演与“七”有关的故事、动作、表情、音效，就可以发现七未熟食其实包含了很多年轻的活力与创意。

而且每一个表演与“七”有关内容的决赛选手都被视为七



未的“Q7 宝贝”，最终会有 7 个优秀“Q7 宝贝”脱颖而出，将在专业人士的指导下，出演七未熟食下一部广告片的主角。我们不要求有专业素质，只要选手有足够的自信，强烈的表演欲望，你就可以在这个舞台上脱颖而出，实现人生的梦想。

在 20 进 12 的比赛中，徐秀君已经成为七未熟食的代言人，她的活力与创意非常符合七未熟食的企业需求，活力是七未熟食众多产品的主要诉求，人们能够经过七未的产品，享受美味，同时充满活力，

更多的是一种爱的活力。选择徐秀君是袁总所指定的，因为在他们即将筹备的广告片中，徐秀君无疑是女主角，所以对于她以后的演绎道路也会有很大的帮助。作为已经成功脱颖而出的选手，徐秀君自己也非常意外，虽然比赛还没结束，但对于已经签约的选手来说，她已经在这个舞台上脱颖而出了。我们希望在以后的比赛中会出现更过更闪更亮的选手脱颖而出，在这个金秋收获的季节，大家都能收获到不一样的成长。