

新闻热线 62620110
广告垂询 62815807
发行热线 62813115

总编办 62636366
采编中心 62623752
新闻传真 62615582
Email admin@scxb.com.cn

零售价 1元/份
全年定价 240元

法律顾问 安徽美林律师事务所
杨静 律师

承印单位 安徽新华印刷
股份有限公司

安徽财经网
www.ahcaijing.com

市场星报
微信二维码



官方微信 scxb123

非常道

周天勇：
改革户籍制度 提高全要素生产率

中央党校(国家行政学院)国际战略研究院副院长周天勇表示,现今中国的问题,是已经高度城市化了的发达国家,对从中低收入向高收入迈进不太在乎呢,还是一个发展中国家,要寻求较强的发展动力,尽快跨越经济发展充满陷阱、较为危险的一个阶段,进入经济发达国家的行列呢?如果是从后者目标来考虑,应当放开城市规模对人口流动和迁移的限制,除了北京之外,取消特大和大城市对人口迁移进入的各种限制。 @新浪财经

微声音

甜食,可能正在让你慢慢变笨

美国的医学专家提醒,总吃甜食,会损害大脑记忆和学习能力。专家指出,胰岛素既控制血糖水平,又调节大脑细胞功能,它可帮助脑细胞突触更好地连接沟通,形成更强记忆。吃糖过量会导致大脑中胰岛素水平下降,记忆学习等认知能力随之削弱。 @生命时报

体检抽血为什么要在12点前?

体检化验要求早上7:30~8:30采空腹血,最迟不宜超过12点。一般来讲,正常人血清物质水平的参考范围都是以早上8点左右为基线来定义;太早或太晚都会因为体内生理性内分泌激素的影响,使检测值失真,或偏离既有的参考范围而呈现异常状态。 @央视新闻

“征集女员工裸奔”广告何止恶俗

□ 杨玉龙

11月19日,海口龙华路友谊商场工作人员打着店庆的旗号在门店前拉起写有“微信阅读量达88万,10商场女员工裸奔”“裸奔10分钟,每人奖励1万元”字样的横幅,相关照片和视频在许多人的微信群和朋友圈热传,引发市民和网友的强烈反感,不少人转发声讨,称“物化女性,炒作无下限”“恶俗营销不可原谅”。(11月20日《海南特区报》)

“微信阅读量达到88万,10名商场女员工裸奔”这样的广告无疑辣人眼睛。一则是对于女性员工赤裸裸的侵害,即便“裸奔”的事件或许不可能出现,但从中也不难发现该公司对于女员工的不尊重;二则也是法律意识不强的表现,无论是广告用语,还是悬挂条幅,均反映出该公司相关人员法律意识不强,也就更谈不上广告策划有水准。

此事件也反映出涉事公司企业文化的缺失,如果企业文化积极向上,一定不会有员工想出这样的“歪点子”,更甚至一路顺畅让其公然悬挂于街面。

可以说“征集女员工裸奔”很恶俗,然而值得警醒的是,一些网友在微信群和朋友圈晒出该商场打出这则广告,笔者以为此种做法不妥。一方面这是在传播恶俗,即便是吐槽或批评,无疑是在“帮助”商家;另一方面此类广告的传播,不仅会丑化这家公司的形象,而且也对地方形象不利。可见,网民的推波助澜作用不容小觑。

其实,面对这样的广告,倘若商家没



俗不可耐 王恒/漫画

有意识到错误,网民完全可以向有关部门进行反映,以使其得到纠正和处理。《广告法》第九条第七项有“广告不得有下列情形:妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚”的规定。

总而言之,“征集女员工裸奔”广告不仅恶俗,也表现出对女性员工的不尊重,更是企业文化缺失,以及法律意识不强的表现。对于网民而言,对此类广告不能视而不见,要知道净化公共环境人人有责。于商家理应从中学取教训,诚如网友所言,商场这样的营销手段不仅毁了商场多年来积累的口碑,更是挑战公众的底线,所以如此营销的确是假聪明。

这个周末,格力携手40多个家电建材品牌工厂直销,沸腾安徽!

格力工厂直销、40万人大团购、一年抢一回……这个周末,消费者最期盼的安徽沸腾第四季即将在全省17个会场拉开大幕。为了将安徽沸腾工厂直销的活动优惠,传递到江淮大地的每一个角落,11月16日下午,跨界区域流量商机思享会暨第四季“安徽沸腾”V行动,在合肥格力滨湖中海旗舰店举办。借力自媒体的力量,格力将品牌触角更多地向95后、00后“新青年”渗透。

□ 汪婷婷/文 周诚/图



的产品,享受相同的福利。也就是说,11月24日、25日两天,从早上8点到晚上9点,线上线下同步沸腾。”对于购物页面和电子入场券的操作使用,汪晓兵更是亲自参与了测试和体验。

优惠力度史无前例惠及消费者的行善之举

11月24日与25日,格力携手40多个家电建材品牌工厂直销,消费者现场不仅可以一站购齐空调、彩电、冰箱、洗衣机、家具建材品,同时所有参展品牌均用法律合同确保到2019年7月31日最优价,买贵双倍退差。值得一提的是,无论现场是否购物,都可凭认筹券上的礼品券领取价值120元的红酒或者白酒2瓶,现场购物还能抵60元现金。另外,凡活动期间购格力1级变频空调者,另赠送128元真空双层保温杯。

“更物超所值的是,我们在比线上线下、全网价格便宜的基础上,再送延保4年的十年包修金卡。当然,没有买到东西的,60元认筹可以原路退回。我们站在消费者的角度上,尽可能替大家想到了所有问题,解决大家的后顾之忧。”汪晓兵介绍说。

“遇到高温就罢工、使用中频出故障的空调,不仅让消费者个人经济受到损失,更造成了社会资源和能源的浪费。而格力空调经过了市场和消费者的充分检验,即便在极端环境下,也能够稳定运行。”汪晓兵始终认为,无论是价格还是质量,买卖格力都是行善积德的事情。

网红大V云集 V行动点燃安徽沸腾

“大胡”“三哥”“草根合肥”……在跨界区域流量商机思享会暨第四季“安徽沸腾”V行动活动现场,50余家网络大V和媒体大咖强势助力,更有众多网络直播平台同步直播,让沸腾的烈火纵情燃烧。“我经常在粉丝群和大家分享格力的故事,往往都是一呼百应,这也充分展现了市场对格力的认可和喜欢。”媒体达人们现场讲述了各自与格力的故事,分享对格力的情感。

作为安徽格力总经理,汪晓兵意识到网红大V对粉丝群体的影响,他现场呼吁大V们利用自身的流量,传播推广质量过硬的格力产品,促进沸腾活动的宣传曝光向销量的转化,将优质低价的产品和实实在在的福利,送进千家万户。

“自媒体能影响更多的年轻人,希望这次尝试能弥补以往单纯依靠传统媒体宣传的不足”,汪晓兵说。

电子入场券吸引“新青年”线上线下齐沸腾

从第一季的5.05亿销售额,到第三季的10亿销售额,作为由安徽格力操盘的年度最大规模工厂直销活动,安徽沸腾已连续3年为数以万计的新婚新居者带去了超级福利和惊喜。“今年我们目标销售额在12亿左右,一个沸腾季能达到50亿的销售额是我们最终的目标,也就是让安徽沸腾真正成为能和线上‘双11’抗衡的地面品牌活动。”汪晓兵接受记者采访时透露。

“我们今年加大了线上线下的融合,也是为了吸引更多的90后、00后消费者。现在的年轻人也许对格力的品牌认知度没有那么高,他们也不喜欢出门,不想去现场‘人挤人’,所以我们今年除了纸质认筹券,还推出了个人专属电子入场券。”

据汪晓兵介绍,消费者可以通过扫描二维码,线上付款60元,形成个人专属电子入场券,“有了电子入场券,你可以直接到合肥工厂扫描入场,也可以在格力官网挑选、购买同样



11.24-25 49
安徽沸腾
格力操盘 工厂直销 40万人大团购

微信扫码购买电子入场券,参加安徽格力年度超级大促