

洋快餐打广告，一口地道烟台腔

国际品牌放下身段，本土化营销增加亲近感

本报7月10日讯(记者 齐金钊) “彪吗!汉堡王,嫩都不鸡道!”近日,在市区世茂广场出现了一处高大的装修围挡,围挡打着一家外国快餐品牌的广告。让人忍俊不禁的是,作为一个国际知名的洋快餐品牌,这家洋快餐店首次登陆烟台,打出的广告语竟然用的是地道的烟台土话,引来众多路人驻足观看。

围挡上的广告语很逗:“彪吗!汉堡王,嫩都不鸡道!火烤汉堡美味,金好逮!”浓浓的烟台口音扑面而来,多亏记者在烟台生活了多年,要不然乍一看还真不知道是什么意思。

这是国外快餐品牌“汉堡王”在烟台打出的广告语。作为在美国与麦当劳、肯德基齐名的快餐品牌,汉堡王首次来到烟台,并没有标榜自己的洋血统,而是说出了一口地道的烟台腔,让人眼前一亮。

“这是汉堡王自己设计的广告文案,之前对方过来调研时,我们曾给他们提过本地化营销的一些建议。”世茂广场市场推广部负责人杨维鹏介绍,作为国际知名的快餐品牌,汉堡王首次选择在山东开店,虽然汉堡王素来以亲民见



世茂广场一楼马上要开业的汉堡王扯起了烟台腔。 记者 齐金钊 摄

长,但还是没有想到,它竟然直接以地道的烟台土话制作了首个广告文案。现在看来效果还不错,广告挂出后,已经有不少市民过来咨询餐厅的情况。

“在洋品牌在中国大量扩张的当下,以前的营销手段已经很难打动消费者了。”烟台

大学人文学院广告学讲师何振波认为,以前洋品牌曾被许多中国消费者当做高档、奢侈的代名词,随着人们生活水平的提高,越来越多的洋品牌开始飞入寻常百姓家,人们对洋品牌的消费变得理性,如果再用以前那种高高在上的姿态营销,显然已经行不通了。

对于洋品牌的本地化营销,何振波认为,通过本土化的营销手段来引起消费者的兴趣,只是一个开始,如果想真正赢得市场,还需要在后续市场推广上继续努力。“洋品牌不光要在吆喝上赢得人心,更需要在产品和服务上赢得人心。”

不到一上午，国债全卖光

未来几天银行可能会有存量国债发售

本报7月10日讯(记者 姜宁) 本年度第五、第六期电子式国债于7月10日开始公开发售。总额为400亿元的国债不到一上午就卖完了,让许多没买到的市民懊恼不已。不过未来几天,省内可能会有部分存量国债发售,市民可以提前关注。

10日,市民李女士一大早就到银行去排队叫号买国债了。“3年期的比较好,收益率也很可观,但是最关键的一点

在于,能提前把这笔钱给孩子存起来。相比之下,别的投资产品就不那么稳定了。”许多市民都有跟李女士一样的想法,买国债,就是为中长期考虑。

一位业内人士算了一笔账,5年期国债收益率为5.41%,5年下来就是26%左右的收益,虽然要比股市这些收益低,但是稳定性好。

据了解,上一期国债在6

月份发行时只售出了80%左右,而这次情况要好得多。“虽说期限是7月10日到7月19日,但是一上午就卖完了。”中国工商银行一位大堂经理告诉记者。

经过一上午观察,记者了解到,市民买国债以50万元以下的额度为多。“最多一笔曾经有过2000万元的,但基本都是50万元以下的普通购买量。”银行工作人员说。

虽然许多市民没来得及得到消息,及时买到国债,但这并不代表本次国债就跟他们无缘了。一些银行业内人士透露,山东省的份额虽然卖完了,但并不代表别的省份国债也卖完了,按照往年经验来看,未来几天,山东省可能会承担起一部分存量国债的销售工作。“但是数量不会太多,可能只有几百万元,所以市民可以事先多加关注。”

上半年烟台进出口超过200亿美元

本报7月10日讯(记者 孙芳芳) 近日,2013年上半年烟台市进出口情况出炉。进出口总值204.9亿美元,同比增长1.6%。出口117.3亿美元,同比下降2.3%;进口87.6亿美元,同比增长7.3%。其中,韩国、日本、美国、欧盟和东盟为主要贸易伙伴。

主要进口产品中,机电产品、高新技术产品进口增长。

2013年上半年烟台市机电产品进口52.1亿美元,增长9.5%;高新技术产品进口37.2亿美元,增长26.7%。

韩国、日本、美国、欧盟和东盟为主要贸易伙伴,对东盟之间的进出口总值保持增长,欧盟与去年同期持平,其他均呈不同程度下降。2013年上半年烟台市东盟进出口16.4亿美元,增长7.7%;对欧盟进出口和

23.7亿美元。同期对韩国、日本和美国分别进出口42.5亿美元、29.5亿美元、和24.4亿美元,分别下降5.1%、15.3%和8.3%。

其中,外商投资和民营企业主导进出口。2013年上半年烟台市外商投资企业进出口144.3亿美元,下降6.6%。同期民营企业进出口52.1亿美元,增长35.2%。二者合计占烟台市进出口总值的95.8%。

中海·银海熙岸：烟台人居典范

烟台,山东半岛最美丽的城市之一、最佳中国魅力城市、最美丽城市、北方水果之乡,是荣获联合国人居奖、中国人居环境奖等桂冠的魅力之都。随着十二五规划,烟台进入城市快速发展的轨道,东部核心区更是独领风骚,成为带动烟台发展的龙头区域,交通网络纵横交织,城市建设不断完善,一座崭新的城区欲将耀世而出。

中海地产布局

烟台东部核心区

中海地产34年发展,历经改革开放,独具前瞻视野,选址烟台城市东部核心区,连续建筑3座人居精品,打造烟台未来人居典范之作。中海·铂宫,烟台首席城市别墅,中海·紫御公馆,传承世家风范的平层豪宅,两个项目自开盘销售即成为烟台人居品质的代表,成绩斐然。如今,烟台中海的第3部力作——中海·银海熙岸即

将耀世登场,承袭中海地产精工品质,备受各方瞩目关切。

自6月中旬认筹启动,中海·银海熙岸备受追捧,认筹客户中,不仅有烟台本地客户,更有来自北京等一线城市的客户。他们看重的是烟台城市发展潜力、中海·银海熙岸优秀品质和升值潜力。

中海·银海熙岸

引领滨海宜居生活

宜居生活必备的条件就是

完善的配套。中海·银海熙岸项目周边拥有500亩黑松林,隔绝潮湿海风,带来富氧空气;教育资源丰富,国际双语幼儿园、高新区幼儿园、烟台二中分校等名校教育资源配置完整;51路、17路、567路等公交线路穿行中左右,形成便捷的15分钟生活圈;银海熙岸风情商街、佳世客购物中心等能满足休闲消费所需;医院、银行、皇冠假日酒店、高尔夫球场、体育公园等照顾到生活的各个方面。

市政规划中,项目周边将建

有国际生物科技园、海洋工程研究院、航空航天科技园等大型企业 and 科研机构,将带动区域人口素质的提升,为烟台注入澎湃的发展动力。

中海·银海熙岸以完善的配套,成为区域内人居品质的典型代表,全面引领烟台滨海宜居生活。

目前,中海·银海熙岸84-138㎡一线看海、南北通透的小高层认筹火爆进行中,“2万抵3.5万”认筹大礼分秒递减,机不可失。

一周降价一半

蓝莓卖出平民价

本报7月10日讯(见习记者 张倩倩) 进入7月,蓝莓大量上市,卖出平民价。港城各大超市蓝莓价格从百元一斤降至三四十元一斤。业内人士介绍,由于本土蓝莓种植数量少,蓝莓在烟台仍属“稀罕物”,价格不会持续走低。

记者走访家家悦、大润发、宏达市场、振华超市等地发现,农贸市场没有蓝莓在卖,蓝莓几乎都在超市里卖。蓝莓都是按盒装,一盒125克,中果一盒售价10元左右,大果一盒17元左右。

据了解,这段时间以来,蓝莓便宜了不少,刚上市的时候许多人都是光看不买。幸福中路振华超市工作人员介绍,蓝莓价格这个月以来降了一半,一盒125克的蓝莓在一周前卖18块钱,现在才八九块。“一个月前这盒卖30块钱,更别提四五月份的价了,更贵!”

蓝莓主要来自外地,市场上的蓝莓大多数来自青岛、辽宁。虽然本土也开始种植蓝莓,但还不成规模,所以蓝莓价格不会降成“白菜价”。

港城部分药店

跃跃欲试卖奶粉

本报7月10日讯(见习记者 吴江涛) 最近,“药店卖奶粉”成为公众热议的话题。10日,记者走访港城大大小小十余家药店发现,目前烟台没有一家药店在卖奶粉。不过,已有药店跃跃欲试。

对于卖奶粉的态度,一家中医世家药店负责人说,药品之外的商品销售并不理想,而且药店销售奶粉会涉及到社保卡等相关问题,不会很快实行。另一家药店的负责人则说,已经从媒体上看到了相关消息,但目前还没有具体实施措施。

虽然目前药店都没有在卖奶粉,但已有药店跃跃欲试。记者致电燕喜堂总部,一位姓雍的工作人员说:“药店总部有这方面的计划,目前正在和奶粉厂商洽谈。”最后能不能成行,还需要看商谈的结果。

开启果香白酒新时尚



祥府家酒

果香源创

JISI 吉斯集团 健康产业兴 吉斯中国梦

吉斯酒业系列产品全面招商, 业务电话: 4237199

烟台旗舰店: 南大街西首雪玉花苑一楼 电话: 6694999

