

投洽會：特色鮮明 優勢明顯

主辦單位誠摯地邀請各位朋友屆時參展參會，相約9月8日，相聚中國廈門，相見第15屆投洽會。

【本報廈門專訊】中國國際投資貿易洽談會（簡稱“投洽會”），是中國目前唯一以促進雙向投資為目的的全國性國際投資促進平臺，每年9月8日-11日定期在中國廈門舉辦。投洽會主要通過展覽展示、論壇研討、項目對接等多種活動形式，促進外商對華投資，推動中國企業對外投資，同時也努力為第三國與第三國之間的投資合作搭建橋樑。與中國目前其他的展會相比，投洽會具有以下六個方面的鮮明特色和明顯優勢：



第一，促進投資，主題突出。投洽會始終堅持以“引進來”和“走出去”的投資促進合作主題，並輔之以少量與投資相關的貿易展示，保持著“中國投資第一展”的地位，與中國貿易領域第一展“廣交會”並駕齊驅。

第二，歷史悠久，經驗豐富。投洽會已成功举办14屆，今年將迎來15周年華誕，加上之前由地方政府培育舉辦的10年，投洽會已經有25年的發展歷史。投洽會不僅開創了中國投資展會的先河，並一直作為投資龍頭展會引領著中國其他區域性展會的發展。

第三，平臺廣闊，功能完善。歷經20多年的積澱，投洽會的五大功能在不斷地凸顯：外資進入中國的重要視窗，中國企業走向世界的主要橋樑，中國各省和世界各國政府發佈投資政策、法規和資訊的大講壇，各國、各地投資促進機構、企業、商協會開展高級公關的理想舞臺，境內外各種類型投資專案的孵化器。

第四，層級最高，辦會權威。投洽會由中國國務院批准舉辦，並由中國商務部獨家主辦，聯合國貿發會議、聯合國工發組織、經濟合作與發展組織、世界銀行國際金融公司、世界投資促進機構協會等5家國際組織參與協辦，中國大陸31個省、自治區、直轄市，部分計畫單列市，部分中央部委和全國性商協會，以及香港、澳門特別行政區等53個成員單位參與組織工作，這樣的層次、這樣的規模在中國獨一無二。

第五，內容豐富，服務周到。投洽會為投資促進合作提供展覽展示、會議論壇、專案對接、網上洽談、宣傳推介、高級公關等全方位服務，政府機構、商協會、企業、私人投資者、專家學者等均能享受到近幾年組委會推出的“主賓國”、“省（市）日”、“明星市”、“企業日”的特色定制活動深受各界歡迎。

第六，“硬體”完善，“軟體”領先。投洽會的舉辦地廈門是中國會展名城，氣候宜人，環境優美，素有“海上花園”之稱。廈門具有完善的辦展辦會場館設施，並且具有高水準、高效率的展會人才和隊伍。投洽會20多年來所積累開創的保障服務體制和模式一直是中國其他展會學習的榜樣。

2010年舉辦的第十四屆投洽會，

設置6.5萬平方米展覽，舉辦了47場高水準論壇和為期4天的投資項目對接會，共吸引了全球144個國家（地區）的50000多名各界人士和1500多名媒體記者參會。中國國家副主席習近平、冰島總統、莫三比克總理等9個國家的元首、政府首腦，以及世界貿易組織總幹事拉米、聯合國貿發會議秘書長索帕猜、德勤全球會計師事務所首席執行官吉姆、奎格利、沃爾瑪全球副總裁陳耀昌、印度塔塔鋼鐵集團副總裁巴拉蘇布蘭馬尼安、穆瑟拉曼等一大批政要、商要齊聚投洽會，盛况空前，在全球產生了廣泛而深遠的影響。這些數字從一個側面說明了投洽會的吸引力和成果。

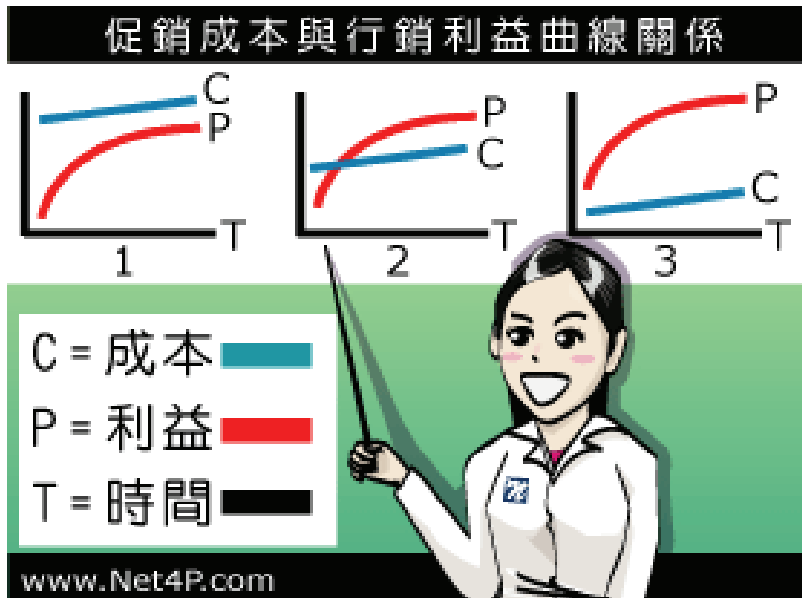
今年是中國“十二五”規劃的開局之年和廈門經濟特區成立30周年，投洽會也將迎來15周年華誕。本屆投洽會密切關注世界經濟熱點，追蹤國際資本流向，著力提升“國際化、專業化、市場化、資訊化”辦會水準，突出重點產業和熱點區域招商，全力打造6.5萬平方米專業展覽，同期舉辦“地產展”、

“節能環保展”、“海峽旅遊博覽會”、“品牌連鎖展”等專業展覽，舉辦“2011國際投資論壇”、“第六屆兩岸經貿合作與發展論壇”、“世界商會圓桌會議”、“資本論壇”、“亞洲投資基金峰會”等數十場高層、專業論壇，組織新能源、上市公司、產業投資基金、台資企業、開發園區、品牌連鎖加盟等為期4天、20餘場專題投資項目對接會和精品項目路演活動，全面推進永不落幕的“網上投洽會”建設，努力為世界各國各地區的政府機構、投資促進機構、跨國公司、商協會、投融資中介服務機構和企業提供交流平臺，創造合作商機。

目前，第十五屆投洽會各項籌備工作正在全面推進之中。已有韓國、義大利、波蘭、新加坡、阿聯酋、德國等40多個國家確定參展；英國、義大利、波蘭、馬來西亞、香港、澳門等擬舉辦“館日”活動，青海省擬舉辦“主賓省”活動，德國漢堡市和中國西安市、濟南市擬舉辦“明星市”活動；聯合國工發組織、聯合國貿發會議擬舉辦系列投資促進活動，內容豐富，精彩可期！

投洽會是一場難得的全球資本盛宴，蘊藏著無限商機。參加投洽會，可以使您直接獲取中國和世界各地最新投資政策和資訊，全面瞭解中國和世界各地投資環境和項目，廣泛接觸中國和世界各地合作夥伴和經貿官員。投洽會的舉辦地廈門是一座國際性海港旅遊風景城市，被稱為“海上花園”。廈門交通便利，環境優美，氣候宜人，會展設施完備，功能齊全，是中國的會展名城。

圖為：廈門市副市長詹滄州日前率團在洛杉磯推介第十五屆國際投資貿易洽談會



促銷成本與整體行銷利益曲線

行銷智慧：商家原本並不喜歡聚在一起，群聚是因為“奉消費者之命”

【本報特稿】為了獲得銷售利益，企業必須付出適當的促銷成本，所以促銷成本與行銷利益就分別用兩條曲線，交互影響產品上市後對企業的收益關係。

直線向上的促銷成本曲線：大部分促銷成本與數量是直線關係的，例如一檔廣告如果是1萬，那10檔就是10萬，縱使大量購買談得較低的價格，那也是呈現直線關係。以網路行銷寄送電子報或提供網站瀏覽，那類寬費用與點擊次數也呈線性正比例的直線關係，所以促銷成本可以用下列公式表示：

促銷成本 = 促銷單價 x 促銷次數

彎曲向下的行銷利益曲線：不幸的是因為消費者的邊際效益（多購買一個產品增加的效益）是遞減的，所以行銷利益是一條往下彎的曲線，使行銷利益隨市場飽和趨於平緩，甚至會因為競爭者加入而下降。

行銷利益 = (銷售數量 x 產品單價) / (市場飽和度 x 市場競爭者)

如何改善兩條曲線的走勢，由於各產品、行業、企業競爭優勢的不同，必須視情形制訂改善計畫，在此要與各位討論的是花錢做行銷與賣東西賺錢的問題。很多人都會有“巧婦難為無米之炊”的感嘆，總是覺得因為缺少費用，讓“整體行銷利益”沒有顯現出來。究竟花錢跟賺錢之間的先後關係是什麼？如果花費很多促銷預算只換來少量的收益，那這筆預算看起來是不值得投入的，如果經費應該花在提昇產品的品質使行銷利益曲線不會那麼早下降，那也許促銷不應該獲得那麼多的預算。在我的觀察中，很多企業把促銷與整體行銷利益分開，很多行銷人只管促銷做的好不好，卻忘記產品本身也是行銷的一個重點。但是行銷的本質是什麼？不外乎“把產品賣好”這五個字，經不起收益考驗的促銷行為是無效且好笑的。行銷的成功與否絕對是利益導向，所以身為行銷人員，是否也該多想想你的工作對於實際銷售利益的幫助在哪裡？

最後來看在行銷資源有限，市場有限的情形下，行銷人員必須謹慎制訂促銷預算計畫，一般來說這兩條線可能有三種組合，也可以由次看出促銷成本與行銷利益之間的關係：

第一個組合說明：促銷成本於產品上市即高高在上，在行銷利益開始往下彎之前都沒有交叉的時候。獲利方法：降低促銷單位成本，降低促銷活動次數，提高產品銷售單價，提高產品銷售數量。

第二個組合說明：促銷成本與行銷利益在第一次交叉點的時候開始有獲利產生，但是隨著促銷成本提高與行銷利益下彎的情形，可能會有第二次交叉而開始呈現虧損的情形。獲利方法：降低行銷單位成本，利用改善產品功能方式，減緩銷售利益下彎速度。

第三個組合說明：產品一上市就有高於成本的獲利表現，而且也維持了一段獲利時間。降低促銷單位成本，利用改善產品功能方式，減緩銷售利益下彎速度。

快點把正在執行或者即將執行的行銷案件拿出來，放在這些曲線上面比較看您是否屬於哪一種類型？也請記得行銷跟促銷的含意與範圍，別誤把促銷當作是行銷的全部。

作者：本報專欄作家江巨松，創業與行銷管理顧問，台灣網路通科技有限

網絡營銷形勢下的廣告策劃和傳播

隨著互聯網技術和互聯網經濟的興起，在企業經營生產活動中，網絡營銷已逐漸成為企業營銷活動的主要切入點和未來企業營銷的趨勢。這種情況下，如何做好網絡營銷形勢下的廣告策劃和傳播工作，已成為擺在廣告人面前的一道重要課題。

一、對網絡營銷趨勢發展的理解

網絡營銷的興起是Internet技術產生後，隨著Internet技術不斷發展壯大起來的。對於網絡營銷的概念理解上，主要分廣義和狹義兩種角度。在廣義的網絡營銷概念理解上，具體是指以互聯網為主要載體平台和方式手段的，為實現企業經營發展目的、經營目標而進行的一系列營銷策劃、組織、執行活動。從狹義網絡營銷概念理解上，網絡營銷是企業市場營銷戰略的重要組成，是借助互聯網技術和互聯網特性來實現企業營銷目標任務的一種營銷手段。從當前來看，互聯網市場已經成為發展最快的市場，其巨大的發展潛力已逐漸被更多的行業、企業和個人所看好，網絡營銷的發展趨勢已經形成。據資料顯示：截止2009年，中文網站在數量上已達287.8萬個。這表明，越來越多的企業和個人已經將網絡視為市場營銷的角逐地，如何做好網絡廣告策劃和傳播也成為廣告營銷人的新課題和緊迫任務。

二、網絡營銷廣告傳播的優劣勢分析

依托於互聯網技術的網絡營銷廣告傳播有著其獨特的特點和優勢。在特點方面，網絡營銷廣告傳播具有交互性、廣泛性和多樣性的特點。快速性，指的是廣告受眾群體不僅通過網絡媒體可以隨時隨地瀏覽掌握網絡廣告信息，而且在廣告投放者發佈上更加迅速，發佈與接收基本上是同步的，傳播速度和效率非一般媒介可以比擬的。廣泛性，由於互聯網技術的特點，目前整個網絡世界已聯為一體，在互聯網上發佈廣告，其傳播面是針對全球的，優質廣告將在網絡上一舉走紅，取得不可想像的廣告傳播效果。多樣性，由於互聯網技術的優勢作用，網絡營銷中的廣告可以採取動畫、flash、網絡音視頻、在線調查、彈窗廣告等多種形式，形式上多種多樣，可以達到傳統廣告傳播無法具有的傳播效果。在優勢方面，網絡營銷廣告傳播具有覆蓋範圍廣、內容豐富性和購買行為直接的優勢。覆蓋範圍廣，從廣告媒體傳播來看，網絡廣告傳播覆蓋面寬，受眾廣，對於在較短時間內樹立企業的國際形像，創造品牌，進行廣告宣傳效果很好。內容豐富性，網絡營銷廣告在內容上實現了對文字、圖像、聲音、動畫、三維空間等的全面整合，廣告畫面可視性強。購買行為直接，網絡廣告可按企業投放

需要及時調整、變更內容，及時向消費者傳遞最新的企業產品等相關信息，不斷迎合廣告受眾的需求變化。但是，在看到網絡廣告優勢的同時，我們也要看到其存在的劣勢和不足。一方面，從技術上看，目前網絡的數據傳輸、處理速度仍然較慢，這個因素制約了網絡廣告潛力的發揮，需要信息技術人員對網絡技術加大開發力度。另一方面，更為重要的是網絡廣告目前正處於發展的初級階段，無論從其策劃理念、管理思路、設計技巧等方面來看，都很生澀，網絡廣告策劃不成熟、傳播方式方法有待改進和完善。以我們在各大門戶網站上看到的網絡廣告為例，許多網絡廣告過分注重音頻、視頻效果廣告訴求內容缺乏，廣告受眾在視覺聽覺之外，很難對廣告產生印像，許多人對網絡廣告感到很厭煩，這需要網絡廣告設計和創意者深思。

三、網絡營銷廣告策劃和傳播研究

對於網絡廣告這個新生事物，廣告人應運用全新的思維進行審視，從理念、內容和方式等三個方面對網絡廣告的策劃和傳播進行優化，進一步提升網絡廣告的策劃和設計水平，順應不斷深化的網絡營銷發展大勢。在理念上，要全面整合傳播理念。網絡廣告設計者要對網民的心理進行深入研究，在網絡廣告策劃上注重對受眾的心理體驗，通

過創新思路，利用虛擬技術等，引導網民參與企業產品、服務的體驗，進而促進消費者的消費共識形成，達成廣告目的。另外，網絡廣告的傳播理念上，要與傳統的報紙、雜誌、電視等媒介有機結合起來，相得益彰，形成合力。例如，網易把“網聚人的力量”的廣告詞發佈到公共汽車車體上，便產生了很好的廣告效果。在內容上，傳播內容要緊貼消費者，廣告策劃者要瞄准目標消費群體，通過“點擊”、“有獎問答”、“在線調查”等方式，加大與目標消費者的互動交流，提高廣告的“命中率”，在全面分析消費者地理區域、性別年齡、職業收入、興趣愛好等的基礎上，將廣告內容與特定的網站相聯繫起來，使目標網民進入特定的網站時可以同步看到網絡廣告，並產生購買欲望。在方式上，要豐富傳播手段。即在廣告傳播上根據廣告內容和廣告受眾，靈活運用旗幟廣告、廣告橫幅、按鈕廣告、插頁廣告、牆紙廣告等多種形式，有的放矢地進行傳播。同時，廣告輸出要最大限度考慮受眾對象和可接受時間段位，摒棄所謂24小時投放的觀念，考慮結合不同時間進行插播的方式投放的策略，進行科學投放，爭取最大限度地覆蓋目標消費顧客。

作者：周亮
源自：《現代營銷·營銷學苑》

三千企業齊聚百度盛會 啓動“營銷中國行”

【本報訊】中文搜索引擎百度日前在北京國際會議中心舉行“搜贏天下·智引未來——2011年百度營銷中國行”啟動儀式暨北京站活動，正式拉開今年中國最大網絡營銷推廣普及活動的大幕。

據了解，本次活動將橫跨中國150個城市，向約10萬家不同行業、不同地區的企業傳授搜索營銷等新興營銷方式，進而幫助這些企業提升競爭力，促進地區經濟繁榮和經濟發展方式轉型。

作為百度2011年營銷中國行的第一站，北京站活動吸引了各行各業3000多家企業代表參與，較去

年在上海站開幕時增長五倍。與會企業就企業發展尤其是營銷推廣中的諸多問題與百度高層、營銷專家進行了共同探討，超過千家企業現場與百度簽訂了營銷推廣的合作意向協議。

百度高級副總裁沈皓瑜指出，當前中國企業進入了新一輪借助信息技術升級和創新業務模式的變革期，百度期望為越來越多的企業提供可借鑒、可移植並已經成熟運用的網絡營銷方法，解決企業目前所存在的市場開發難度大、營銷費用有限、傳統營銷方式效果不理想等問題。

Tylo n 泰翁國際商業網 引領世界中小商家走上康莊大道

泰翁網自動連接您的網站到30個社交網站上億會員手中

打造全球無語言障礙的商業搜索引擎和電子商務平台

輕鬆架構多語言電子商務網站

- Google 排名
- 折扣券
- 強力購物車
- 招工
- 團購
- 新聞發佈
- 短信
- 商展資訊
- 網站模版任選
- 買家名單

讓世界找到你做國際大生意

www.tyloom.com 15713 Valley Blvd., City of Industry, CA 91744 Tel: 626-330-5880 Fax: 626-602-1818 email: sales@tyloom.com