

## “洋河”白酒冠名“纵贯线”南京演唱会

本报讯 据悉,8月初就已在南京各大媒体掀起报道热潮的“纵贯线”演唱会,由洋河蓝色经典之“天之蓝”独家冠名,届时,“洋河”将全程携手助力9月26日的“纵贯线”南京演唱会。

作为此次活动的冠名品牌,洋河蓝色经典再次以“男人的情怀”的品牌诉求受到了媒体的高度关注。洋河蓝色经典诠释了现代男人的精神,真正的男人应该拥有一颗自信的心,和一份执着的坚持,在前行的过程中,志存高远,执着追求,从容淡定,并拥有浪花般的激情和创造的力量,超越自己的梦想,成就不凡的人生。

面对现代消费者,白酒企业发出了不同的声音,声音的大小也各异不同。白酒企业进入了新营销时代,白酒需要新思维,需要现代,需要时尚。白酒企业最难以做到的是时尚化,这是自古以来中国白酒的

根基文化使然。连普通消费者都认为白酒是一个很传统的东西,不太时尚。面对越来越时尚化的年轻消费人群,洋河率先以时尚的路径演绎传统的白酒,大胆突破传统,以“蓝”为时尚底色,塑造创新路径,从白酒产品属性上演绎,从现代消费者消费习性做出新产品研发选择。洋河蓝色经典以独特的“绵柔”品质,适合于不同消费人群的个性化选择趋势,符合了现代健康文化的发展趋势。2008年面市以来,以时尚的蓝色包装,创新的绵柔品质迅速受到广大消费者追捧,连年以两位数以上的增幅,在白酒界掀起经久不衰的“蓝色风暴”。

“纵贯线”与“洋河蓝色经典”是两个不同的概念,却演绎着同一首歌的主题,传递给人们的不仅是时尚、激情,更是历经岁月沉淀的长久回味。

(尹爱玲)

## 帮宝适发起“1帮1贫困儿童疫苗关爱计划”

本报讯 为了让贫困地区婴幼儿拥有健康的第一道防线,由宝洁公司帮宝适品牌发起,为联合国儿童基金会在中国开展儿童计划免疫项目募集资金的“1帮1贫困儿童疫苗关爱计划”在联合国儿童基金会、中国疾病预防控制中心的一道见证下于北京嘉里中心正式启动。

据了解,从2009年9月1日

至2009年11月30日,消费者凡购买1包印有联合国儿童基金会标志的帮宝适产品,就等于1次捐款5美分,帮助中国贫困儿童注射疫苗。据悉,帮宝适此次与联合国儿童基金会合作,通过“1帮1贫困儿童疫苗关爱计划”募集资金,所得善款将用于支持联合国儿童基金会和政府部门合作在青海省贫困地区开展儿童计划免疫工作。

主打玉文化 突出人文气息

## 上海世博会唯一台湾企业馆亮相

本报讯 2009年上海世博会唯一台湾企业馆——震旦馆场馆模型揭幕仪式日前在上海浦东震旦国际大楼举行,震旦集团企业吉祥物“旦宝”也同时首度亮相。

据了解,目前,台北市已经签约参加世界博览会(简称世博会),这是台湾继1970年参加日本大阪世博会之后再次参加这项全球盛会。震旦集团更以独具创意的“中华玉

文化,城市新风格”计划,获得2009年上海世博会全球17张企业馆门票之一,同时成为世博会160年历史中第一家建馆参展的台湾企业。

别具创意的是,震旦馆首次新闻发布会现场也十分紧扣“玉”文化主题,不但布置有神秘原始,令人恍然穿越时空感觉的玉石隧道,还有玉的制作工艺流程、各年代玉的代表图案介绍。