

# 百年泸州老窖窖龄酒订货会圆满成功

□记者 任富强

本报讯 1月11日上午,百年泸州老窖窖龄酒春节订货会在周口天明锦江国际酒店举行,来自周口各县市的数百名窖龄酒合作伙伴及媒体界的朋友参加了此次盛会。

精彩的开场舞后,订货会开始。订货现场热闹非凡,各县市负责人热情引导客户签到、入场,交款处,客户们争先恐后打款订货。在随后

的“砸金蛋”环节,登台“砸金蛋”的客户满载而归,将本次活动推向了高潮。

作为泸州老窖构建的“五大战略单品”之一,百年泸州老窖窖龄酒自登陆周口以来,受到了广大消费者的青睐。在全国市场,其凭借精准的“精英商务酒”定位,撑起了泸州老窖品牌战略的坚实塔柱。未来,百年泸州老窖窖龄酒将与更多商界精英一同见证中国的商业发展,满足精英商务

人群对资源与知识的需求。

订货会上,百年泸州老窖窖龄酒运营机构、河南卓越营销集团公司周口分公司总经理黄志涛表示:“我们首先要认清形势,坚定合作信心;二要加强合作,实现厂商共赢;三要优化环境,支持窖龄酒市场蓬勃发展。在过去的一年里,我们牢固树立对消费者负责、对社会负责的态度,赢得了社会各界的支持及广大消费者的认可。”

## 直播答题成 2018 第一“风口”奇观

“‘不鸣则已’下一句是什么?”“演甄嬛的女演员的老公是谁?”“《汉谟拉比法典》颁布的时间与下面的哪个历史事件在时间上最接近”……

过去一周里,每当午休闲暇时,大小写字楼的白领们都会围在一起进行答题;晚上八九点娱乐的黄金时间,全家人出动一起“探讨”这些深浅不一、或专业或大众化的百科知识题目。在“直播答题”这个 2018 年互联网第一“风口”的强劲吹拂下,人们对知识的渴望和追求“仿如一夜春风来”,不过,却是以一种略显尴尬的形式。

1月3日,在移动互联网中混得风生水起的“国民老公”王思聪发微博,为其投资的一个新竞答得大奖 App“冲顶大会”打广告:“只要你们下载软件,回答正确里面的 12 道题目,就能平分 5~10 万元的现金奖励。”王思聪还附上自己在“冲顶大会”App 中赢得的 322.58 元奖金的截图。当天晚上,1929 名胜出的用户瓜分了 10 万元奖金。

几天内,该微博就收获 13 万点赞。随后,包括西瓜视频的“百万英雄”、映客旗下的“芝士超人”、花椒的“百万赢家”等多家同类平台在短短一两天内极速跟进,几乎在同一时间投放了百万元级别的单场奖金。消息一出,其他各平台在翌日晚又相继抬出 200 万元、300 万元甚至 400 万元的加价。

之后,更多明星加入直播平台担任竞答主持;平台大佬们接连表态,要一起“撒币”到老,硬杠到底;在 1 月 11 日的“百万赢家”京东专场血战到底中,广东一位大四的美女 1 人夺得 103 万元,成为直播答题史上单人单场最高奖金,这场“为钱答题”的疯狂达到了最高潮。

“一个战场,从悄无一人,到成为炮火连天的红海,前后不过一周时间。”英雄互娱 CEO 应书岭说。而“知识付费”经济代表人物罗振宇则感慨,自己“人行这么多年,从来没有见过这样的市场演化速度”。

据记者了解,目前市面上各家直播答题产品玩法和流程基本一致:每天定时设立游戏若干场,在开始前系统推送用户提醒,由主持人在线直播出题,网友在线答题。每场共设 12 道选择题,每道题设 2~4 个答案,参与者需在 10 秒钟内作答,延时或答错则视为出局。可分享邀请码给好友,一旦邀请成功,自己将获得复活卡或额外生命值,在答错题时为机会多续一秒。最后,在规定时间内答对全部 12 道题的人,可以平分平台在当场设立的奖金,奖金到达一定规模(10 元或 20 元),可以提现到支付宝或银行卡。

这些如出一辙的玩法,其实是外国走红 App 产品的复刻版。

2017 年 8 月,小知互动游戏 HQ Trivia 由短视频应用 Vine 幕后团队成功开发,并推出 iOS 版本。这一产品即为在每天两个时间回答 12 个问题的模式,标准场赛事的奖金为 2000 美元,HQ 会随机将奖金提升至 2 万美元。(据《新快报》)

## 第 44 届香港玩具展开幕



一名工作人员在展示遥控机器人。近日,为期 4 天的第 44 届香港玩具展在香港会议展览中心开幕。

新华社发

## 春节备货忙

## 五粮特曲客户答谢会在太康举行

□记者 任富强

本报讯 1月12日上午 11 时,太康县谢安路宏泰大酒店的三楼热闹非凡,“感谢有你,砥砺前行”五粮特曲客户答谢会在此隆重举行。来自太康县及附近县区的客户和合作伙伴参加了本次活动。

五粮特曲产品定位精准,系高端品牌,是以百元价格带动高性价比商务宴席的大众消费产品,欲在周口市场打造青年精英商务用酒和宴席用酒。据了解,五粮液公司相继在沈丘县、西华县、郸城县组织召开了一系列上市品鉴答谢营销活动,本次活动是系列活动的第四站。

2013 年,五粮液公司在“做精做细五粮液品牌、做强做大腰部产品、做稳做实低价位产品”的战略思想指

导下,顺应市场,推出腰部核心战略产品——五粮特曲、五粮头曲(简称“五粮特头曲”),自上市以来,产品深受消费者关注。经过几年的发展,尤其是 2016 年持续开展的精准营销工程,五粮特头曲品牌营销团队建设逐步壮大,产品结构日趋完善,品牌和市场影响力逐年提升,为五粮特头曲品牌的快速成长奠定了坚实的基础。

五粮特曲是白酒大王五粮液股份有限公司面对行业结构调整、打造消费回归而推出的战略级核心品牌,是五粮液股份有限公司面对市场调整,进行产品创新和营销创新的扛鼎之作。五粮特曲全面传承了五粮液六大酿造优势,与五粮液传统、自然、生态的多粮固态发酵工艺一脉相传,以独特、复合、细腻的口感,实现了品质的飞跃和升华。2013 年 6 月,在白酒

国家评委年会上,五粮特曲荣获“中国白酒酒体设计奖”,并以巨大的优势名列浓香型白酒榜首;2016 年,五粮特曲入选“河南消费者喜爱的白酒品牌之一”;2017 年,五粮特曲入选“河南十大畅销白酒品牌”。

在当天的活动现场,客户争先恐后地抢订新春优惠套餐。五粮特曲周口运营公司负责人周国旗介绍:“2017 年,集团公司保持稳定发展态势,继续发扬‘创新求进、永争第一’的企业精神,坚持‘做强主业、做优多元、做大平台’的发展战略,进一步做大做强酒业这个核心主业,实现了五粮液品牌价值的提升,力争在‘十三五’尽快实现千亿目标。春节来临之际,为答谢周口广大客户的厚爱,我们将推出系列优惠活动,欢迎消费者到店品鉴。”