

太阳雨央视2013黄金资源广告招标说明会遭老毕“调侃”



央视广告经营管理中心副任何海明推荐2013资源

9月22日，中央电视台2013年节目资源推介会在京召开，国内众多一线品牌云集五棵松体育馆。作为近年央视典型客户案例，全球太阳能热利用领军品牌太阳雨应邀出席，太阳雨执行总裁陈荣华直面对话中央电视台台长胡占凡，现场遭遇毕福剑“调侃”。谈笑间，太阳雨执行总裁陈荣华透过与老毕的幽默对话，向现场数千一线品牌代表以及传媒机构，传递中国新能源产业、中国光热对未来的乐观与期望。

明星大腕助阵，春晚班底初试穿越，再续“汇聚力量，成就传奇”主旨。本次推介会是中央电视台对2013年节目、广告资源的一次集中发布，也标志着中央电视台一年一度的黄金资源广告招标预售工作正式启动。



太阳雨遭遇老毕现场“调侃”

此次招标以丰富的广告回报，稳定的广告价格、加强个性化定制为营销思路。推介会上，央视宣布明年从新闻到综艺节目，皆有大动作。新闻、新势力、新期待三个关键词串起2013年央视与客户的需求、期望。新闻类节目方面，明年迎来开播20年的《焦点访谈》将大改版，《新闻联播》则继续调整。综艺节目方面，央视一套将用名主持人打造全新“23点档”，同时《非常6+1》正式改版为《站够100秒》。

作为央广重点，此次现场招标黄金节目全新亮相，黄金资源全面整合，黄金标的重装上阵，黄金回报提升效果。现场何海明副主任解读2013央视广告招标预售：广告产品设计原则：1、丰富广告回报；2、稳定广告价格；3、确保传播效果。现场招标环节将“《新闻联播》后标版”调整为“《新闻联播》标版组合广告”，“A特段”调整为“A特黄金组合广告”。预计总目标240亿。

从2007、2008央视天气预报景观标版，到2009-2012连续四年央视黄金广告资源招标、签约认购，太阳雨通过清晰的品牌战略定位，高举高打的线上线下整合营销策略，协同领先技术、精益产品、全网点售后等核心驱动力，实现品牌超越发展，2012年5月21日成功登陆沪市A股，成就中国太阳能光热第一股。

2012虽是全球政治年，但世界经济整体形势依然低迷。通过一系列积极的货币政策，欧美各国积极倡导制造回流，希望通过实体经济的振兴，扩大基础产业投入，提振本国经济。2012中国制造业面临着前所未有的压力与困境，作为新能源产业的代表之一，中国光热产业通过完全的市场化发展，目前已进入相对成熟阶段，一线品牌的持续盈利，成功的资本市场运作为中国太阳能光热面向全球市场的持续深度发展，开辟新的道路。

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/38915.html>