

太阳雨连续7年摘取央视黄金时段桂冠

11月18日，中央电视台2015年黄金资源广告招标竞购大会在北京梅地亚中心举行。全球新能源领军企业斩获2015年央视《新闻联播》后标版广告第五单元、《朝闻天下》全年独家特约等黄金广告资源，并第四度执手央视大型公益项目《寻找最美乡村教师》，助力最美中国。龙头企业太阳雨实现连续7年携手CCTV高端平台，持续引领中国新能源，传递中国新能源产业、中国光热对未来的期望与信心。



太阳雨集团总裁陈荣华：信心2015，太阳雨志在必得

今年是央视招标的第21个年头，数百家企业、千余名代表齐聚一堂，参与这场国内最大规模的媒体广告竞购活动。二十年来，中央电视台作为品牌传播的最高平台，助推无数企业、行业和地区的品牌崛起。央视广告中心主任何海明表示，央视代表中国市场的现在和未来，见证了中国企业打造伟大品牌的传奇历程。



太阳雨第七次摘取央视黄金时段桂冠

作为携手央视7年的老伙伴，A股主板首家光热上市企业太阳雨自2009年起，太阳雨连续7年并常年占据《朝闻天下》、《新闻联播》等核心资源，不仅实现了销量“量能”上的不断突破，全球销量遥遥领先，更实现了品牌“势能”上的强大影响力，连续两年登顶中国品牌力指数（BPI）第一名。

2014年，在保持太阳能光热绝对领先的优势下，太阳雨强势切入空气能、净水机行业，借势强大的品牌影响力，依托全球近30000家一二级渠道“地衣”覆盖，历经近一年的快速发展，太阳雨“阳光、空气、水”业务铁三角发展格局版图已清晰成型、初见成效。

“经济大环境越是不明朗，越需要大投入，尤其是依托央视这样的高端平台，这基于我们对中国新能源的信心，更源于我们对明年市场的乐观预期和强劲信心。”太阳雨集团总裁陈荣华表示。

11月18日，中央电视台2015年黄金资源广告招标竞购大会在北京梅地亚中心举行。全球新能源领军企业斩获2015年央视《新闻联播》后标版广告第五单元、《朝闻天下》全年独家特约等黄金广告资源，并第四度执手央视大型公益项目《寻找最美乡村教师》，助力最美中国。

国家发改委11月4日公布《国家应对气候变化规划（2014-2020年）》，明确太阳能热利用安装面积达到8亿平方米，分别比“十二五”规划提出的太阳能热利用安装面积达到4亿平方米的目标数字，提高1倍。太阳能光热将迎来新一波发展热潮。国家规划出台，目前已有贵州、浙江、黑龙江、上海、江苏等多省(市)启动能源“十三五”规划的研究和编制工作。11月5日，国家工信部紧急公布《关于促进太阳能热水器行业健康发展的指导意见》。与以往不同，此次指导意见首次明确了对于学校、医院、饭店、游泳池、公共浴室等公共场所热水消耗大户采用太阳能集中热水系统，给予一定补贴。

太阳雨集团总裁陈荣华在招标会现场接受央视采访时表示，“环境问题的倒逼，国家层面政策红利的催生，太阳能及空气能市场将迎来又一波发展高潮，同时，净水机市场作为新蓝海，发展空间更为可期。太阳雨携手央视继续高举高打，夯实和做大品牌地基，传递光热产业声音，领导中国新能源。消费者在哪里，营销就在哪里，太阳雨同时通过对太阳能进行业务的‘核心再造’、对净水机业务实现‘再造核心’，抢抓机遇新风口。”

2015年，作为西甲联赛中国首家战略合作伙伴，基于与西甲官方合作关系的不断升级，太阳雨将依托自身雄厚的技术支撑、庞大的渠道网络以及强大的品牌力，通过央视、网络、自媒体等平台，实现线上线下资源整合，结合新业务、新产品的上市推广，在全球市场开展一系列主题营销活动。

央视、卫视、优酷土豆，传统制造巨头与传播巨头的强强联合，将重构营销及品牌发展格局，打造更为广阔的营销生态链，配合百度平台、主流新闻网站、手机移动端、自媒阵容的布局，太阳雨全力打造TV、PC、移动端三位一体的传播矩阵，首家开启中国新能源行业三网融合、三屏互动营销新时代。这既是太阳雨面向未来的传播转型，也是传统新能源行业对全媒时代大格局营销趋势的深度把脉，让“三年再造太阳雨”的理想照进现实。

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/69604.html>