

四季沐歌八度参加央视黄金资源招标

11月18日，2016中央电视台黄金资源招标会在北京梅地亚中心召开，吹响2016广告招标集结号，新能源光热利用领军企业四季沐歌第八度参加央视黄金资源招标，拉开2016年品牌大幕。



作为中国经济的“晴雨表”，央视广告招标会上的火热映射着市场信心。央视竞标意味着中国顶级品牌们震耳欲聋的发声，是全国乃至世界范围内的品牌大竞技。四季沐歌再度参与竞标，为整个行业注入蓬勃发展的强心剂。四季沐歌连续8年携手央视，是品牌实力的见证，是我国新能源光热利用乃至净水行业发展的媒体权威发声，更是适应新媒体时代实现品牌、消费者、传播媒介三者之间协调共赢的有力证明。

如果说“懂中国，看央视”，那么懂新能源光热利用及净水行业未来，就要看四季沐歌。从大光热到正青春，从单一到多元化发展，四季沐歌不断打破藩篱，引领行业未来。

随着互联网+热潮，目前四季沐歌已经开启了“阳光、空气、水”的全新战略布局，突破现有光热产业的边界，实现从低温到中温、高温的技术升级，以及从热水到热能、热电领域的延展，同时以开放融合的产业化思维，将太阳能、空气能、净水等产业打通，实现横向扩展。四季沐歌总裁李骏表示，四季沐歌将围绕“物联、互联、智联”这一智能家居新蓝海，将太阳能、空气能、净水机、空气净化等产品通过“能源盒子”进行物联、互联，从而让消费者可以真正实现家庭能源自主化，打造一个企业、经销商、用户多主体共赢互利的生态圈。

过去的2015年，四季沐歌的广告传播围绕“四度”模型进行全面展开。第一高度，通过央视的高度、公信力，打造企业的权威性；第二精度，签下2015年湖南卫视《我是歌手》的合作，在提供品牌活化和品牌年轻化过程中，聚焦精准客户，包括百度、土豆、优酷以及搜狐等，做精准化投放；第三黏度，在高铁和铁路资源一共13条线路的车厢全部包装下来，纳入二维码入口。例如去年春节期间，四季沐歌与微博、滴滴合作发红包；第四广度，通过网络常年推动客户面对面的促销。

此次再次登陆央视黄金资源招标会，四季沐歌将继续以多元化战略的谋变思路传递四季沐歌持续领跑新能源产业、提振行业信心的决心；将继续以大手笔、大气势来打通营销与推广的任督二脉；用大思维、大模式来实现企业升级的自由转换；将继续联合有深度、有速度、形式新颖、影响力广泛的黄金资源，完成四季沐歌向时尚化、社交化、年轻化、国际化的品牌转型。

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/85755.html>