

大风劲吹世博南国风

上海世博会海南周南国世博特许产品市场销售见闻

李笑天 蒙莉梅



上海南京路世纪广场观众在品尝世博产品

在笔者相继推出数篇南国世博产品报道后,引起了外界的议论,同行一些媒体不明白笔者为何总是对南国世博产品情有独钟;不少海南食品同行和读者也认为笔者偏爱南国食品。其实这些说法并不妥当,笔者只是凭着自己的职业素养和一种新闻敏感,“嗅”出了南国食品公司作为海南省唯一一家世博特许食品生产背后的新闻亮点,才一路跟踪追风南国世博产品进军世博的全过程。

上篇:世博会海南活动周开幕在即,媒体老记们个个摩拳擦掌,都在准备写出亮眼的报道。正当老记们苦苦寻找海南周的“海南元素”时,眼前出现了南国企业的专版报道,亮丽的南国世博产品如同一阵微风拂过,在老记心中激起了层层涟漪——

老记们追风 上海世博“海南元素”

一个多月前,南国企业董事长再三邀请笔者到上海世博会见证南国世博产品的市场销售情况。8月5日,笔者终于放下手中繁忙事务,并于下午两点,跟随海南活动周记者采访团一起来到海口美兰机场。

两点五十分,在进入登机口时,笔者惊喜地发现空姐手里拿着厚厚一沓《海南日报》,就座后不少记者纷纷向空姐索要报纸细心研读起来。由于飞机延误起飞,坐在周围的记者们开始聊起海南活动周的话题。记者们一致认为此次海南活动周的宣传不能仅限于海南周的相关活动报道,而要寻找亮眼的“海南元素”。但是关于“海南元素有哪些”,记者们都七嘴八舌地讨论起来。刚看完报纸的海南日报、海南特区报和海南电视台几名记者指着报纸上的《南国食品世博背后的神话》专版报道异口同声地说:“海南南国食品实业有限公司是海南省唯一一家荣获上海世博特许生产授权的食品生产企业,南国世博特许产品热销世博园内外,这当然是海南活动宣传的最大亮点,同时也是上海世博会最亮眼的海南元素。”话一出口,众人顿时噤声,急忙拿起手中的报纸翻阅南国食品专版报道寻找相关的资料。

世博会开园以来,由于世博游客数量激增,导致上海酒店的住宿十分紧张。笔者一行人到了上海,随便找了家旅馆住下后,马上打电话给南国食品公司驻上海的相关人员预约采访。在海南周的5天时间里,笔者每天早起晚睡,吃的不是快餐就是方便面,每天与南国食品上海负责人日夜兼程奔波在世博园和上海市区的各个特许店之间,进行紧

标题书法:李笑天

张的采访,收集第一手素材。在这几天里,南国负责人不断接到多家海南和上海主流媒体的预约采访电话。海南电视台记者专门抽出半天时间对南国世博产品特许店进行专访;《海南特区报》第一时间发布了《“南国”香飘上海南京路》的报道;上海《新民晚报》、《新闻晨报》和《天天新报》的记者在百忙之余,跟随南国负责人一起走访市场……

【感言】笔者白天迎着曙光出门,晚上披星戴月回来。身虽劳累,但心却如知如怡,看到南国世博产品广受喜爱,让笔者感觉到辛苦没有白费,但同时也感到遗憾的是,没有更多像“南国食品”一样的海南品牌出现在世博会上。

中篇:上海南京路步行街的人群不论是白天还是夜晚,都像是一个永远不会停摆的时钟,每分每秒都在不停地运转。而这一夜南京路步行街的人群有点特别,他们被一股叫做“南国世博产品”的龙卷风,深深吸引住——

南京路世纪广场 唱响“南国之歌”

8月10日晚上7点在南京路步行街世纪广场举办的“阳光海口·娱乐之都·品位之城”世博海南周海口旅游推介晚会,是海南活动周的重要主题之一。由于南国食品公司是海南省唯一一家世博特许食品生产企业,晚会主办方海口旅游委第一时间邀请南国参加晚会。

当天下午5点,笔者到达世纪广场时,现场已经是人山人海,人群里不仅有上海市民还有国内外游客。因广场不能容纳太多人,观众都是凭入场券进入的,没有券的观众只能在围栏外观看。于是观众们早就赶来,在广场外排起了长龙,领取晚会免费入场券,领到券的观众自然是欢欣雀跃,而没领到的观众则四处向旁人打听:“你知道哪里还能领到入场券吗?”

6点左右,晚会开始向观众开放,在入口处的“海南国际旅游岛”大幅背景牌下,笔者看到了两个身穿南国制服的美女正在向涌进现场的观众派发南国世博产品——香浓椰子糖,站在一旁的南国食品世博特许专员徐岭正拿着产品画册给观众讲解。

原来,刘汉惜董事长接到旅游委的邀请后,马上派徐岭和南国世博小姐飞往上海,参加旅游推介晚会,徐岭还将代表刘董上台抽奖和颁奖,奖品就是每人两盒世博特许礼盒。为了让没获奖的观众也能品尝到南国世博产品,他们还在晚会现场搭起一个产品品尝台。

漂亮的罐装产品和还有放在桌子上的一本本精美的产品画册和一叠有南国世博产品专版报道的《海南日报》。显眼的品尝台吸引了晚会保安和入场观众的驻足品尝。一位来自河南叫

金兰的小朋友,8、9岁的模样,她看到一罐罐产品后,就一直缠着徐岭,请求徐岭送她一罐香浓椰子糖。徐岭见她那么执着,就答应送一罐给她,但是要她说说为什么那么想要。金兰回答说:“我以前吃过爸爸出差带回来的南国椰子糖,很好吃。”说完后,她咧着嘴笑了,露出几颗小蛀牙。几个上海阿婆尝了香浓椰子糖后,纷纷询问世博产品在哪里有得买,其中有一位阿婆还竖起大拇指称赞:“吃了这个椰子糖后,让人很想去海南看看椰子树。”

7点,晚会以一曲欢快的开场歌舞《风从海南来》拉开了序幕。旅游推介会吸引了大量过往游人及上海本地市民观看。晚会开始后不久,笔者忽然听到此起彼伏的声浪“给我几颗”、“我的小孩还没有呢”、“能再给我几颗吗”……笔者回过头看,原来是两个南国世博小姐正在向围栏外的观众派发香浓椰子糖,引发了一场小小的混乱。场内一些观众看到场外观众那么开心地吃着椰子糖,也纷纷走到南国世博产品品尝台前,向工作人员索要糖果。顿时,大人、小孩和老人乱作一团,每个人都伸长了手要拿糖,结果不到五分钟时间,派发的糖果引发了人们哄抢。组委会的同志一看苗头不对,马上跑过去维持秩序,南国负责人当即下令暂停派发品尝品。过了一会,南国世博小姐又跑到观众席中间派发椰子糖和椰子饼,糖果发到一、二排的主席台领导时,有几个领导吃完了椰子饼后,仍觉得意犹未尽,想再多吃几片。

几场曼妙的歌舞表演后,晚会进入了激动人心的抽奖环节。当主持人介绍礼品是世博特许产品时,刚吃完椰子糖和椰子饼的台下观众都欢呼起来;当徐岭把世博礼盒递给幸运观众时,引起了台下观众阵阵骚动。几名幸运观众拿着世博特许礼盒一下台,一起来的亲朋友全都凑上去,在礼盒上摸一摸、看一看。在人群中,笔者好不容易找到一位幸运女观众,来自江西的徐徐芳难掩笑意地对我们说:“真没想到自己会那么幸运,可以得到那么好的礼品。感谢晚会主办方,也感谢南国公司。”

代表刘汉惜董事长上台抽奖和颁奖的徐岭刚从舞台下来,就被《海南日报》、《海南特区报》、海南电视台和上海《新民晚报》等多家媒体记者们团团围住,都争着要采访他。

主办方负责人对笔者说,选择南国世博特许礼盒作为礼品,就是考虑到特产礼盒是最具有海南风情的海南特产食品中的极品,而且在上海受到众多顾客的喜爱。

【感言】南国食品公司在上海大放异彩,不仅带动了海南旅游特产的产品和行业升级,也为海南建设国际旅游岛注入了新活力。

下篇:上海世博会海南活动周举办后,原本热销的南国世博产品不断创造出新高销量,引起了上

海食品经销商的关注。南国世博产品在上海刮起了一阵季风,把经销商从大上海“吹”往海南岛——

南国世博产品 上海“攀亲说媒”

笔者获悉,南国世博产品在上海世博园和市区上市两个多月以来,销量是蒸蒸日上,如日冲天。8月7日至11日是上海世博会海南活动周,南国食品公司上上下下都期待着南国世博产品能够抓住海南周的大好良机,使产品销售到达一个新巅峰。为此,刘汉惜董事长特别成立了南国后方指挥部(以供应中心为核心,保证上海世博产品充足货源)和南国特别行动队(由营销中心“狼性团队”中的精英和南国世博小姐组成,协调海南周期间世博产品销售的相关事宜)。在海南周前半个月,特别行动队与后方指挥部通力协作,准备好了海南周期间的预估货物量,并飞往上海经销商处。但是海南周前两天,行动队到达上海后,却发现市区几十家专卖店和世博园特许店里,世博产品因为热销,出现了不同程度的缺货和断货情况,园内3家店更是3天就卖完了一个月的存货。补货跟不上市场销售的速度?!这可急坏了行动队的领导们,他们马上打电话向刘董事长汇报。刘董事长立即安排后方指挥部,从最近的浙江经销商处紧急调货至上海经销商处。从8月6日到8日,南国行动队和指挥部所有人还有浙江和上海的经销商,每天顾不上吃顿舒心饭,也顾不上睡个安心觉,每天就是几个大馒头就一瓶矿泉水,终于保证了市区和园区特许店内南国世博产品的及时供货。

8月9日,笔者和海南特区报、海南电视台和上海新闻晨报的记者,在特别行动队的带领下,来到上海南京路第一食品三楼世博特许专卖店内,笔者看到了南国世博产品货架前站了很多顾客,其中有一男一女正拿着两罐香浓椰子糖在低声耳语。笔者走过去和他们聊了起来,原来他们是河南来的一家三口,跟着旅游团来到南京路步行街,看到有世博特许店就上来看看了。在品尝了世博小姐派发的椰子糖后,妈妈李琳当即从货架上拿了5罐糖,但是结账的时候,站在一旁的儿子哭闹起来,一定要让妈妈多拿几罐,拗不过儿子的妈妈又拿了2罐后,儿子才破涕为笑。

从市区专卖店出来后,笔者一行来到世博园以色列馆对面的特许店。海南电视台记者扛着摄像机开始采访店长陈于秋。店长说:“南国世博产品摆出货架后,一些去过海南、吃过南国食品的顾客通常出手大方,而一些没去过海南的顾客,在看到精美独特的包装和听了店员介绍后,通常也会买几罐来尝尝。产品刚开始在店内销售时,我们只是随便找个空位置陈列,但几天后我们发现这些产品卖得很好,于是把它转移到正对门口、与人们视线平行的最引人注意的位置。”

采访完陈店长后,电视台记者接着采访顾客,刚品尝了产品的钟女士和她女儿很乐意地接受了采访。母女二人是地道的香港人,在电视台记者问及椰子糖的口感时,钟女士用浓重港腔的普通话说道:“我吃过很多椰子,这个椰子糖的味道跟椰子味道很像,我觉得很好吃,我会买一箱回香港。”

“good,very good,I like it!”笔者背后突然传来一句正宗伦敦腔的英文,原来两位世博小姐正在用流利的英语与一个瘦高的外国小伙交谈,外国小伙指着世博小姐手中的罐子直夸南国产品好吃。

看着眼前的情况,上海新闻晨报的主任不由地发出感慨:“南国公司真是特产食品企业的佼佼者,我很乐意成为南国产品服务,为南国世博产品作宣传。”

后来,笔者从特别行动队处得知,南国世博产品在海南周期间,销售额就翻了三四番!这一巨大商机被上海多家实力雄厚的食品经销商“嗅”到,有几位经销商参加了10日晚上海南京路世纪广场的推介晚会后,通过现场拿到的产品画册辗转联系到南国公司相关负责人。据了解,在海南周这几天,行动队就接待了来自上海、浙江和江苏等地的几十家经销商,其中已有十多家达成合作意向,5家当场签约,上海“城市超市”的经销商还不远千里,亲自飞往海口,与刘董事长签订合同。

海南周结束后,记者采访团踏上了

归途。马上就要离开美丽的大上海,离开美丽的世博园,记者们不免产生了些许烦恼和不舍情愫。两个小时二十分钟,采访团到达海口美兰机场,行至出口处却瞧见两名身着制服的南国世博小姐在派发糖果,她们热情洋溢的招呼 and 递过来的甜人心扉的南国香浓椰子糖,让之前遍布离愁别绪的记者们不禁莞尔,心情顿时舒畅起来。

一周的上海行程,南国世博产品在笔者的采访本里留下了一行行足迹。那跳跃在字里行间的南国世博产品就如

同是跳跃在大上海的海南精灵,为大上海展现了多姿多彩的海南元素和海南风情。海南国际旅游岛建设,从某个角度来说,就是要强化各种海南元素并向各地人们展示、得到人们的认可;海南国际旅游岛建设,也需要有更多像南国世博产品一样耀眼的海南元素。

【感言】南国世博产品赢得了市场一片叫好声,这是南国通过18年的艰苦努力换来的。充满智慧的南国人以超前的想法,率先生产出海南特产精品,并向全世界亮出耀眼的“海南元素”。



老上海在品尝来自海南岛的世博产品



上海游客在阅读南国食品专版报道



香港游客在世博园特许店接受海南电视台记者采访



老外在专卖店选购世博产品