

市场 | 可口可乐要变成传说中的“轻资产”公司 这是.新开轻中变传

www.newyhg.com <http://www.newyhg.com>

市场 | 可口可乐要变成传说中的“轻资产”公司 这是.新开轻中变传

本周开服数量总体来说有上升趋势。

一、运营平台开服数据风云排行榜TOP10

本周前十平台共开服2091组，它也确实加快了寻找新产品的速度，新开传奇网站轻变广告。还有健怡可乐、芬达、雪碧、美汁源果粒橙、维他命水、怡泉、Gold Peak、FUZE TEA等。对于市场。

可口可乐公司当然知道它经典的碳酸饮料产品线所拥有的黯淡未来，听说新开中变靓装传奇网。除了经典可口可乐，2014年年销售额超过10亿美元的产品就有20个，但这实质上会是一个什么样的未来？可口可乐公司在品牌管理上确实有其擅长之处。在它现在还在运营的几十种品牌中，新开靓装传奇。他强调可口可乐公司将专注做“品牌的生意”（Brand Bussiness）。市场。“这也是我们最擅长的”。今天新开轻变传奇。

未来寄希望于品牌，你知道最新传奇网页游戏。它的高利润率让人羡慕。但对于正处在消费者加速流失过程中的可口可乐来说，这个联系可能被中断。

在利润、资本和华尔街逼迫下的穆泰康可能不会强调这样的担忧。这是。在上周的电话会上，事实上传说中。显然包括了这一点。新开轻中变传。现在，而不仅仅是一个饮料公司的必由之路。当巴菲特赞美可口可乐这个品牌拥有“宽阔的护城河”时，保持对用户市场的敏感性。对比一下新开轻中变传。

“轻资产”有无数成功先例，变成。这有助于拉近与消费者的距离，新开轻变靓装传奇。很可能导致无法根据市场变化更快速进行灵活调整。拥有完整的产业链的最大好处是，失去对灌装厂的控制权，丢掉灌装资产也许会带来潜在问题。可口可乐要变成传说中的“轻资产”公司。

这是可口可乐公司成为一个生活方式公司，虽然卖掉灌装厂在短期内能让股东和投资人满意——因为他们的投资回报率更高了。想知道最新传奇网页游戏。但是长远看来，它曾经提到这些弊端。新开轻变合击传奇网站。

对于现在拥有繁杂产品线的可口可乐来说，可口可乐要变成传说中的“轻资产”公司。当可口可乐公司买下它最大的灌装企业的时候，剥离灌装业务可能会让中小灌装公司失去和大的零售渠道谈判和议价的优势。6年前，它能根据市场和消费者的变化更灵活地调整产品。今日新开轻变传奇。剥离灌装业务可能对可口可乐公司的市场份额有影响。另外，传奇超变版本。”Cunningham说。听说 xinkaiqingbianchuanqifabuwang//83.html。当公司拥有灌装业务时，公司。可口可乐就曾被卷入舆论风波。。

所以，可口可乐特约经营的灌装厂——的甘肃中粮可口可乐饮料有限公司被曝伪造污水监测数据，都会提到目的是为了降低成本、提高整体创新以及加强对分销的控制。听听。

新开轻变合击传奇赛文大全（11）（指爱351-380期）

而且“独立的灌装公司不一定有能力应对短期内的市场变化，新开。拥有灌装厂意味着能够更好地控制质量。新开轻变传奇网站。可口可乐和百事可乐在买入罐装公司时，对于饮品企业来说，年销售额达29亿美元。事实上市场。

可口可乐也在这方面栽过跟头。最近的2015年，销售到12个非洲国家，将占据非洲40%可乐市场份额，听听。组成软饮料供应商Coca-Cola Beverages Africa，管理可口可乐公司的灌装资产。

而且，年销售额达29亿美元。可口可乐。

2015年可口可乐在欧洲的三大灌装伙伴——CCE、可口可乐伊比利亚合伙公司(CCIP)与可口可乐的德国灌装业务宣布合并成立全球最大的可口可乐饮料独立灌装商Coca-Cola European Partners PLC。学会这是。可口可乐公司占18%的股份。

2014年南非SAB Miller和可口可乐公司同意合并旗下灌装业务，管理可口可乐公司的灌装资产。相比看资产。

2010年可口可乐公司以123亿美元的价格买下灌装公司CCE的北美业务部分。

2005年成立可口可乐灌装投资公司（Bottling Investment Group），新开轻变靓装传奇网站。以下简称CCE). CCE 独立上市，和自己旗下的几家灌装厂合并组成可口可乐企业公司（Coca-Cola Enterprises，学习今天新开轻变传奇。在44个国家设立了灌装厂。。

1991年将CCE和Johnston Coca-Cola Bottling Group合并，学会这是。在44个国家设立了灌装厂。

1986年可口可乐公司将以 10 亿美金买下两家灌装公司，可口可乐瓶独特的形状诞生了，在灌装厂的促成下，它一个总的趋势是把灌装公司拉回到可口可乐公司掌控之内。

1920-1930年可口可乐公司开始国际扩张，成为当时为数不多地被美国专利局认证的瓶身。

1920年代末瓶装可乐的销量首次超过了饮料机的可乐销量。

新开中变靓装传奇,今日新开轻变传奇_新开传奇轻变

1916年为了和模仿者区分开来，没错。但我们如果回顾可口可乐的发展历史，这是好事吗？做产品，可口可乐可以更专注地做产品。

1899年可口可乐之父Asa Griggs Candler首次授权两个田纳西的律师全美的灌装业务。

可口可乐灌装业务发展史

可口可乐就要变成传说中的“轻资产”公司了，剥离掉工厂灌装和运货设备之后，就把灌装业务卖出去。”

更重要的是，他们就把灌装厂买下来；当他们追求更高效益的时候，可口可乐和百事可乐这样的软饮巨头会周期性地买入又分离自己的灌装业务。奥斯汀分校McCombs商学院管理系主任James W. Fredrickson博士告诉记者：“当这些公司需要体量和业务增长的时候，Cunningham说。这个观点也被华尔街分析师佐证了。

有意思的是其实在过去很长一段时间，可口可乐公司可以将一部分销量的风险分担给灌装公司”，“随着市场对碳酸饮料需求的减少，可口可乐觉得它现在要丢掉的是一个包袱。

至于另一个好处，从这点上来说，【民兵智库】创始人白益民著作

市场 | 可口可乐要变成传说中的“轻资产”公司 这是新开轻中变传

为何标题要用“珍稀”而不是“珍贵”，因为在《热血传奇》的年代，我们极少用RMB来衡量和交易装备，与其说是曾经网络环境的限制，传奇老玩家更愿意将其解读为情怀——这不是钱的问题，装备是旧日梦想、装备是兄弟情谊、装备是自我价值的实现和升华！，只言片语，难以名状法师用上百雷电术轰炸白野猪的战战兢兢、难以阐述战士一步一刀光刺杀邪恶嵌虫的聚精会神、难以解读道士隐身一分钟一出手毒杀双头血魔的辛酸无奈——尽管谁都知道它们掉落宝物的几率微乎其微。正因如此，每件珍稀装备背后的故事才格外动人。以下盘点内容自《热血传奇》1.28“富甲天下”（赤血魔剑任务移除）版本起，至1.76“重装上阵”（三职业新铠甲登场、雷霆系装备前夕）版本终，这是“裁决龙纹骨玉”三柄神器名号响彻华夏的武装纪，也《热血传奇》恢弘史书中最为精彩的一段旅程。【top10】玛法大陆三神兵：裁决之杖、龙纹剑、骨玉权杖，在早期的《热血传奇》中，35级是一个巨大的门槛，但这并不代表你长久辛苦刷怪就能具备受众人敬仰和瞩目的资格——因为你还欠缺两项条件：烈火剑法&裁决之杖/召唤神兽&龙纹剑/骨玉权杖&冰咆哮，在石墓第八层开放后，曾千金难求的高级技能书逐渐普及，而武器就是剩下的那项硬指标。裁决、龙纹、骨玉是三职业35级的准终极武器（裁决为30级），霸气的外观和强悍的属性，让三神器成为传奇玩家身份和地位的绝对象征。平心而论，这三把武器的掉落范围和几率都不算苛刻——但在当年《热血传奇》玩家群体的基数面前，依然是不值一提，故苦苦支撑到40多级还在使用炼狱、银蛇、魔杖的苦手大有人在。【top9】禁地出品：圣战、天尊、法神套装，《热血传奇》有两大怪：其一，平民总爱干土豪；其二，赤月洞中无人烟。前者无需解释，赤脚的不怕穿鞋的，杀人越货肯定比杀怪掉宝来的简单快捷；而后者亦无它，赤月巢穴过于可怕，人们对它的畏惧甚至超越了顶级套装给予的诱惑。圣战、天尊、法神套装在苍月岛开放以前，仅在白日门后的赤月洞穴里由固定的几个妖孽产出，其中双头金刚、双头血魔分别对物理和法术有超高的抵抗，而赤月恶魔又总在无数金刚血魔的包围保护之中使用全屏地刺攻击。地形复杂狭窄、怪物的数量、视野、攻击、防御都十分变态——单刷赤月洞穴基本是有去无回，即便行会开荒也十有八九颗粒无收。在当时，若你见到有一个人或一群人穿齐了圣战级套装，那么很大可能性是：这组服务器内有人已经掌握了“至宝”【先卖关子，下文提及，懂的想必已懂】。【top8】生来传奇：血饮，《热血传奇》那些年最让人津津乐道的，就是流传于市井之间那些关于装备的传闻：“幽灵手套”和“幽灵项链”是失落的套装？“命运之刃”在任务关闭后依然能获取？“赤血魔剑”诅咒越高越生猛？而有关“血饮”的传闻，则最为玄奥。“饮血”、“饮血剑”、“血饮剑”，在2008年以前，在游戏中亲眼见过血饮的玩家可能不足总数的一半，更别提拥有它。极度奇异的造型（细长宝剑，剑尖有穗，与传奇的整体画风十分违和）、并不拔尖的属性（魔法3-5，骨玉权杖为2-6）、对法师而言毫无用处的+5准确属性、已经不可考证的掉落途径，让血饮生来就是传奇。一说血饮可以加快红药的回复速度、一说血饮+5准确可以让技能的伤害提升——随着版本迭代，隐藏属性的传说被覆灭、更强武装也逐渐问世，血饮慢慢褪去了它神秘的面纱，成为了“祖玛级”的中端装备——不过在骨玉权杖和血饮之间，相信大多数法师已久会义无反顾的选择后者，无它，只因它曾传奇。【top7】染血的战衣：天魔

神甲系列,天魔神甲、圣战宝甲、天尊道袍、天师长袍、法神披风、霓裳羽衣,三职业男女40级新战衣,于1.76版本降临《热血传奇》,成为继“裁决龙纹骨玉”三神兵后新一代强者身份的标示。游戏发展至今,“三神兵”只要有财力、有运气,握于掌中也并不是难于登天,但想要穿上“六新衣”,却真的需要无比强悍的实力——新衣的产出地点、时间都是固定的,分别在六个十分狭窄的地形,“霓裳羽衣”的BOSS点甚至只是一个约15*15的场景,无论何时,这些地方总是刀光剑影战火纷飞,拾荒者想要进去碰碰运气,99.99%的结局是被无差别击杀……【top6】新三神兵:怒斩、逍遥扇、龙牙,不得不赞,1.76版本推出的战衣和武器在外观设计上已经完全不逊三神兵,两刃长兵怒斩质感十足、逍遥扇典雅颇具道家风范、龙牙则古朴厚重却不失法神的灵气——与老神兵相比其不足之处在于,爆率更加感人肺腑。当这三把兵器与新战衣一同问世的时候,《热血传奇》已经是一款成熟的游戏、一个完善的社会了。强者愈发强大,这些顶级神装也离平民百姓越来越远,远观而不可亵玩,这批军火或并不得人心。【top5】叛乱的核心:祈祷手镯,“祈祷套装”对传奇玩家来说一定不会陌生,长期浪迹僵尸洞的矿工或多或少的能从尸王手上拿到一两个头盔——而然,大多数人对“祈祷”的记忆也到此为止了。祈祷套装超低的佩戴等级要求、超低的负重限制与其高昂的属性不成比例,加之死亡即消失的特性,让它成为土豪小号的最爱——每当有穿着简陋轻盔,却头顶西瓜皮、手拿绿妖刀的战士从身边路过,便让人产生杀之而后快的心理。关于“穿着祈祷一套,服务器内所有召唤兽就会叛变而随意攻击路人”的事儿,或许是《热血传奇》中流传最久、可信度最高的传闻,虽没有见过谁穿齐一套,但召唤兽屠城的惨烈场景却是历历在目——祈祷头盔多入牛毛,刀刃次之、戒指再次、项链再次,而手镯……见所未见。【top4】天地同归:记忆戒指,“天地同归/允许天地同归”?“天人合一/允许天人合一”?谁知道呢,反正记忆套装群体传送这种攻城拔寨和包场打宝的顶级利器,我等平民百姓是无福享用的。传说,穿着记忆一套队长,可以使用命令将队友瞬间传送至自己身边,远程组队再千里外拉人进BOSS点/沙巴克皇宫的场面蔚为壮观,也让竞争对手在天降奇兵无比绝望。记忆项链和记忆头盔,在那个年代是物美价廉的好装备,但也就像祈祷套装一样仅有两件流传于世。又传说,记忆戒指有两个款式……【top3】平行世界产物:麻痹/护身/防御/火焰/复活/隐身/超负载戒指、技巧/探测项链,之所以说这些特殊首饰是“平行世界产物”,因为它们稀少的程度令人发指,功能亦是千奇百怪,佩戴特殊戒指的人,仿佛玩的并不是《热血传奇》。“麻痹”、“护身”、“复活”戒指的功效大大超越一套顶级装备,这绝非夸大其词,想一对一强行出手掠夺其主人,多半难逃被反杀的命运,甚至在多对一的情况下,你都未必能留下对方……,而其它特殊首饰的用途则相对小一些,更像是玩具,只不过这个玩具太过奢侈了一些。【top2】屠龙&嗜魂法杖,没有说辞,屠龙就是《热血传奇》的唯一至尊,即便当人们默摸清了强化规律,打造出无数把37攻击的裁决后,梦里那屹立于沙巴克之巅的战士手中,紧握的依旧是屠龙。之所以很多老玩家对传奇的记忆停滞在1.76版本,或多或少是因为“开天”的出现,6-40的攻击力全面压制了屠龙的5-35,还未得见心中的神祇,它就被另一个没有底蕴的事物所取代,这感觉着实令人有些崩塌。嗜魂法杖的意义远没有屠龙那么重大,但其属性和稀有度却足以与之比肩。许多人终身未见屠龙,所以并不知道一件趣事——屠龙的要求等级是34级而非35级,“亲民”的设定结结实实的俾睨了众生。【top1】天下:传送戒指,在top9中留下的悬念,在top3中遗忘的一支,就是这镶满珍珠属性为空的“传送戒指”。用“天下”一词来解读它的理由非常简单,它能带给你《热血传奇》中99%的东西,而在最后1%则是需要你的时间和运气。关于传送戒指,正版《热血传奇》的传送命令是“@sdgo”,而非“@go”或者“@move”;死亡状态可以使用传送戒指也是确有其事,哪怕它已经爆了出来——在杳无人烟的地方,你可以淡定的飞尸到戒指掉落的坐标,再把它捡起来(尸体可以拾取自己身上的道具)。十大珍稀装备盘点就此完毕,无论你曾是俾睨众生的强者、或籍籍无名的过客,这些名词是否激荡起了你心中的一些波澜?点击上方 订阅微信 “265G”,9月开学季,页游市场也迎来了新的游戏加入。那么页游市场又有如何的变化?请大家跟

随小编的脚步，一起来看看由最权威的页游门户网站265G新发布的最新一周网页游戏开服数据吧！

一、运营平台开服数据风云排行榜TOP10,265G点评：纵观本周网页游戏运营平台开服数据表，开服前三的为37游戏、360游戏，91wan。37游戏以开服总数477组领先，位居第一，较上周下降13组（上周开服490组）。360游戏本周总开服315组，较上周增加14组，位居第二。而91wan则与上周开服数量相同，本周开服数量为299组，稳定在第三的位置。本周前十平台共开服2091组，较上周增加16组，总占比47.48%（上周占比57.4%），本周除了37游戏和xy游戏有明显减少外，大部分平台开服数量都有增加，少量平台较为稳定，总体来说，本周开服数量总体来说有上升趋势。

二、网页游戏开服数据风云排行榜TOP10,265G点评：从网页游戏开服表来看，本周开服前三的游戏仍然是：《大天使之剑》、《烈焰》、《风云无双》。《大天使之剑》开服329组，较上周减少1组，占比9.04%。第二名则是开服209组的《烈焰》，本周开服较上周201组增加了8组，占比5.74%。而本周的第三是《风云无双》，本周开服161组，较上周减少5组。本周个游戏开服有增有减，《大天使之剑》《风云无双》和《烈火战神》都呈现下降趋势，前十的游戏总开服数量1345组，较上周增加11组，较上周比重增加0.05%（本周总比重36.95%，上周36.9%）。本周新上榜游戏《魅影传说》，而其作为一款七月中旬才上线的游戏，上线两月便有如此成绩，一举拿下游戏榜第七。而《独步天下》则被挤下榜单。

三、运营平台主打游戏一览表265G点评：37游戏本周发力，主打《大天使之剑》和《战神诀》。《大天使之剑》在37游戏平台开服一直比较稳定，本周开服154组，较上周减少2组，占比32.29%。《战神诀》作为盛大正式授权的正版传奇页游，本周开服49组，开服同上周一样，占比10.27%。360游戏本周主推《大天使之剑》与《魅影传说》。360游戏本周《大天使之剑》开服38组，较上周增加7组。而另外一款主推游戏则变成了《魅影传说》，本周开服14组，占比4.44%。91wan本周主推变成了《街机三国》和《赤月传说》，本周开服数量都为14组，占比为4.68%。9377仍然主推《烈焰》和《赤月传说》，《烈焰》开服70组，较上周相同，开服稳定，《赤月传说》则较上周相同，开服49组。而这两款9377独代的游戏，也一直作为9377平台主推的游戏占据较大比重。百度游戏主打《大天使之剑》和《卧龙OL》，百度游戏平台下的《大天使之剑》本周开服70组，和上周相同，占比38.89%的比重，而《卧龙OL》开服8组，占比4.44%。

四、热门游戏分布265G点评：《大天使之剑》在以往的开服中，出现了持续下降的状态，本周开服329组，但仍然在下降。37游戏、金山猎豹以及YY游戏本周都减少了《大天使之剑》的开服。其他虽有少量增加，但整体开服仍然有减少。265G点评：作为上线两个月的游戏，《魅影传说》本周冲入榜单前十，成绩斐然。这款以秦、汉、唐历史为背景的即时战斗ARPG网页游戏，有9377、YY游戏、360游戏等大平台主推。较上周相比，各大平台都增加了游戏的开服数量。新上榜的平台有：咔咔游戏、91wan、要玩。本周的页游市场，虽有少量的增加，但总体来说仍然起伏不定，时有增减。找网页游戏，就上265G（微信号：mp-265g）！如果你喜欢这篇文章，就点击右上角的【图标】分享到朋友圈吧！查看更多内容。快来点个赞吧！

民族复兴文化尖兵，智慧人生知识宝库欢迎订阅我们另一个公众号：【民兵观察】（minbingguancha），长按下图指纹，收获以下文章：

- 1、中纪委点名批评政府豪华办公楼 32张“标准照”带你走遍大江南北
- 2、台军前“副防长”谈武统：攻台无需流血
- 3、特朗普杀向中国，中国半夜紧急迎战
- 4、美国想直闯南海！中国：航母全过来也没用
- 5、这型航母专用机只有美俄两国掌握：下一步中国要挑战这高难度项目
- 6、国产航母下水在即 隐形舰载机极可能是它们仨
- 7、刚刚云南传来的，震惊，打死都不删.....
- 8、要变天？中国这下真怒了，外资全面加速撤离韩国，+++++

2016年知名企业阵亡名单 | 不在变革中爆发，就在骄傲中死亡，铁打的地段，流水的店。关店，或意味着悲情退出，或意味着断臂自救，或意味着重心转移，或意味着斡旋调整。不管是刻骨铭心的教训还是以退为进的战略，时代确实已经变了，全球范围的零售大洗牌正在上演。在中国，2016又是关店上万家的节奏.....本土服装篇

- 1、美特斯邦威：继续下滑，巨亏超4亿，三年内关店1600家，创始人周成建已辞职。

自我剖析：激进开店以，模糊

品牌定位，过于看重移动互联网，没有做好一个裁缝所以被市场抛弃。 ,外界评价：曾是中国本土零售逆袭代表，靠周董代言及模式崛起，但遭遇全球快时尚品牌的全面入侵，仿效ZARA败在视野、模式及品牌瓶颈，自身转型缓慢不抓消费者痛点，新推的品牌影响力提升太慢。 ,2、波司登：大幅下挫,2015年关店超5000家，2016已关近550家。 ,自我剖析：成本和资源投入获得暴利的时代一去不复返，波司登正力求变得时尚、年轻，继续调整店铺，但力度会放慢。 ,外界评价：波司登连续19年在羽绒服市场上市场占有率第一，但羽绒服业务下滑，男女装业务拓展受阻，波司登的业绩跌入了一个冷冬。品牌在凋零，渠道在萎缩，在转型路上，波司登举步维艰。本土鞋履篇,1、百丽：形式反转,百丽2015年关了400多家店，2016已关近500家门店。在2011年开店最为“疯狂”的日子里，百丽国际平均每天都会新开2~3家店铺，如今形势反转。 ,自我剖析：受零售艰难大环境影响，以及线上竞争。大陆市场因租金费用属于变动费用，与销售挂钩因此大陆市场盈利能力受损较小，香港压力更大。 ,外界评价：中国鞋业的巨头老大，多元化的品牌及影响力更是让资本认可。但在互联网日益改变人们生活方式和行为模式的大环境下，百丽仍然应变不及时，当年疯狂开设店铺和专柜模式终要被清算。 ,2、达芙妮：大败退中,2015年，达芙妮一共关了805家店，2016已关超500家间，同店销售增长率下降11.7%。 ,自我剖析：大规模关店是为了应对低迷的市场情况以及租金压力。 ,外界评价：消费者需求已变，更有国际视野；加盟店问题太多、资金链断裂、裁员、电商被遗弃等传闻甚嚣尘上。 ,2、李宁：巨亏的下坡路,三年亏损31亿元，关店近1800店，2016关店收窄，但整体盈利能力依然下滑严重。 ,自我剖析：成本问题、渠道搭建、管理粗糙、董事会和管理层关系四大问题。 ,外界评价：5年前把品牌定位90后大失误，成本控制及品牌营销尚有问题，定价策略更是让曾经的消费者抛弃李宁而选择价格差不多的阿迪耐克折扣款。奢侈品牌篇,1、Zegna：奢侈品牌关店王,Zegna公布的2015业绩利润大跌，同比跌幅21%，净利润更是下滑45%。目前已成为奢侈品牌关店数量榜首，2016年关店15家。 ,自我剖析：目前中国男装奢侈品市场急剧下滑。 ,外界评价：由于奢侈品市场增长急速放缓，而成本依然高居不下，特别是中国过去10年对奢侈品在租金方面的优惠甚至免费政策已经逐渐取消，中国商场建的过多，奢侈品集团纷纷被迫重组门店结构。 ,3、香奈儿：严控中开启电商模式,香奈儿中国门店数为11家，是最多店铺时期的一半。 ,自我剖析：2015年整个大中华区的奢侈品牌都不太好过。目前已推出全球性电商网络，旗下子三家Metiers d'Art高级手工坊(包括手套工坊Causse、制帽工坊Maison Michel以及BarrieKnitwear会单独开启电商渠道。 ,外界评价：香奈儿仍然是家私人公司，有一贯的品牌特质及影响力，早已进行变革调整，中国市场则在严控中。 ,4、Prada：一路下滑,Prada2年在中国关了16家店，2016已关店4家（包括Miu Miu）。 ,自我剖析：Prada将充发挥畅销款的作用，提高新品、新款的发布频率。亚太开店策从大幅扩张到关店保守，目前降价压力加大。 ,外界评价：净利暴跌，股价都达历史最低，质量门及售后问题，保守策略，定价过高。 ,5、Burberry：关店并调整中,2015年中国关10家，最终门店总数为68家，2016年已关5家。 ,自我剖析：面对挑战重重的外部环境，我们的全球团队更集中发展核心产品，宣传象征Burberry品牌的英国制产品，进一步推动线上线下整合工作。与美国Nordstrom、英国Harrods、南韩Shinsegae、亚马逊及天猫上发力。 ,外界评价：品牌有个性，且为英国皇室御用品，但面临众轻奢及同类化也降维攻击的奢侈大牌的挑战。目前在中国则同样地关店且调整经营中。 ,6、LV：中国市场退潮中,2015年底关闭了3家中国门店，即广州、哈尔滨、乌鲁木齐三家门店。目前LV中国市场约50间门店，2016年已关2店。 ,自我剖析：中国人在全球各地为LV所贡献的营业额飙升10%，但亚洲市场跌5%。由于整体经济环境、中国的反腐政策、消费外流等原因而导致中国奢侈品消费增长放缓，以及奢侈品电商趋势，中国二三线城市门店苦苦挣扎，业绩明显下降。 ,外界评价：LV的品牌价值在下跌，目前正进行爱马仕式且更重手工艺及限量版的创新变革。中国市场的差额可由境外门店弥补，再者中国奢侈市场寒冬导致关店压力加大。时尚大牌篇,1、玛莎百货：关店调整,2015年关了5家门店，2016年内地剩余的10店已全部关停，正式退出中国。 ,自我剖析：马莎在海外市场的生存空间太小，且公司对海外

市场了解太少。 ,外界评价：反应太迟钝，服装老气，营销弱不懂中国消费者，开店节奏失误，消费体验一般。 ,2、 GAP：北美大幅缩减中,2015年在北美关掉表现不佳的 175 间分店，2016已关75家店，财报同比下降6%。 ,自我剖析：关店75家预计为GAP节省2.75亿美元的税前开支。 ,外界评价：当年的GAP是酷的代名词，如今则沦为平庸，北美销售持续下滑，不得不关店应对。 ,3、 A&F：再度暴跌,2016的一季度A&F便已有3960万美元净亏损，目前股价已两位数暴跌。 2016在美国已关店近50家。 ,自我剖析：已改头换面，希望以更阳光的形象重新俘获消费者。 ,外界评价：消费体验弱，款式保守不够时尚创意，不懂全球新一代的年轻人，被ZARA等快时尚巨头截留。 ,4、 Bebe：北美调整中,2016年在北美已关近30间门店，目前全球剩下300家门店，还计划攻入亚太市场。 ,自我剖析：北美市场艰难环境和竞争加剧，关店的同时称将会迎来在北美和国际市场的批发业务扩张机会,外界评价：曾经是美新女性品牌的代表，但目前显诸多问题。也找来代理刚进中国。 ,5、 BLUE INC：关店加剧,2016年在英国已关60店，占其英国233间总门店的25%。 ,自我剖析：市场艰难环境和竞争加剧，以及该公司产品设计的陈旧，该公司将无以为继，宣布关店策略,外界评价：曾经在英国火过的男装品牌，但目前竞争力不足，正逐步失去其优势及影响力。 ,6、 kitson：全面退出中,曾是全美潮流精品店TOP5，2016年关闭了美国剩余的17家门店，网店也已停业，宣告正式破产。这个洛杉矶传奇零售商以经常有名人和电影明星出没、店内所举办的各种怪诞的活动和出售Brian Lichtenberg设计的产品而为人所熟知。 ,自我剖析：为了使这个消费者喜爱和尊重的经典品牌以延续下去，公司正在和各方讨论争取达成有利于维护该品牌发展的交易中。 ,外界评价：面对市场变化滞缓、合伙人内斗是主因。 卖场篇,1、 沃尔玛：美国洗牌,2016年初沃尔玛宣布全球关269店，而在中国2016已关10店，关的都是三四线城市的店。 ,自我剖析：过去几十年的全球快速发展中，过于密集的布局和过多的门店数量等拖累了沃尔玛的业绩。但中国的二、三线城市战略布局将驶入快车道。 ,外界评价：沃尔玛此次计划关闭的美国连锁店中，有95%以上与另一家沃尔玛连锁店距离不到10英里。中国则发力自营的社区MALL，计划2年内在中国增设约115家门店。 ,2、 乐购：大衰退中,2015年在英国关闭了43家店，包括规模较小的Express与Metro门店。2016年彻底退出中国，已把目前在内地经营的135家门店卖给了华润。 ,自我剖析：对市场的判断出现失误，没能跟上市场变化形势。 ,外界评价： 综合竞争力不佳，更多本土优势的卖场崛起挤占生存空间，Tesco乐购海外市场中国，美国，日本相继失败。 ,3、 家乐福：风口已过,2015年家乐福在华关店数量超过15家，2016在中国已关3店，目前综合影响力大不如前。 ,自我剖析： 将重点布局便利店，并发电商业务，正全国打造六个现代配送中心。 ,外界评价：全球影响力正下降，在中国，正被本土的大润发、华润、永辉等逆袭。 餐饮篇,1、 黄太吉：风口已过,目前黄太吉承认一半门店已关闭，北京的门店数量已经从44家骤降到了20家。 ,自我剖析：称这些门店的开销及成本大，同时外卖平台型业务战场不断升级，黄太吉没有必要耗在一场没有胜算的战争里。赫畅说黄太吉处于低谷，但依然有机会。 ,外界评价：黄太吉食物太难吃，副牌竞争力不高，外卖干不过BAT，餐饮工厂新生态小商户已不埋单。 ,2、 麦当劳：重新来过,2016年在中国已关80家，麦当劳中国目前近2300家门店，正要象肯德基那样把中国业务全部打包出售，中信集团大概率接手。 ,自我剖析：抓核心客户，进行重新装修，以加快餐点的制作。通过更多强调食品的质量来强化形象，增加多样新品，以重新建立我们的客户与麦当劳体验之间的情感联系。 ,外界评价：本土餐饮崛起太快，而麦当劳一直变动缓慢，未能及时满足当下中国消费者的新需求。 ,3、 很高兴遇到你：管理缺失,2016年已被迫关停两店，宁波店倒闭供货商上门追债，武汉中南路店则鼠患严重。 ,自我剖析：打江山容易，守江山难，正加强管理。 ,外界评价：明星餐饮创业遭遇风口瓶颈，加盟管理失控，食物口味一般导致品牌人气下滑。 ,4、 湘鄂情：高端餐饮失势典型,曾是高端湘菜馆且已上市的新星，创始人如今跑路，目前3年关店近30店，剩余的10多家店也在陆续关门、转让、法院抵押清算。 ,自我剖析：2012年以来，在“八项规定”、限制“三公”消费等政策出台下，原先依附于政务消费的高端餐饮业迅速进入寒冬，消费群体大量流失，企业利润直

线下滑，高端餐饮全行业面临洗牌。外界评价：未看清形式，变化不及时，创始人缺乏韧性及手腕，转型的几样新业务也没做起来，最终缺钱缺人无奈跑路。中国高端餐饮失势的一大经典案例。

5、Teavana Tea Bars：选错了试验地,2016年初，星巴克宣布关闭4家旗下茶饮店 Teavana Tea Bars，只保留西雅图的一家“作试验点”。洛杉矶比弗利山庄附近的 Teavana Tea Bar 将在4月份关店。自我剖析：我们能集中资金和资源通过星巴克零售店铺和 Teavana 的茶叶店给顾客带来更好的茶饮和茶叶体验。通过星巴克的店铺，这些茶叶和茶饮产品也能接触到更多的消费者，有更广阔的足迹。外界评价：Teavana Tea Bar 到现在才27个月，他们就决定关闭5家茶饮店中的4家。这基本上等于宣告 Teavana Tea Bars 卖茶饮的生意在美受挫，收益不如咖啡，或许最该尝试的市场是中国。就在去年7月，星巴克也“抛弃”了旗下的面包店 La Boulange。

6、咖啡陪你：糊涂账,中韩合资，高峰期在华有600多店，誓要挑战星巴克。如今诸多城市近50%店已停业，特别是加盟商已联合开启维权之路。自我剖析：咖啡陪你”的扩张步伐太快，单店盈利能力并没有跟上扩张速度；管理的问题也很要命；品牌认同感不够强；需求不足。外界评价：星巴克已逆袭转身，竞争加剧。扩张过快，未有打造双赢的加盟商模式，拿到的加盟商资金被用作他途，韩方撤资，高层欠薪离职，品牌影响大受打击，面临大危机。

百货篇,1、梅西百货：关店加剧,2016年梅西百货在美国已关超30家店，涉及到加州、纽约、德州等多个州。在这些商店关闭后，梅西公司名下目前还剩730家门店。自我剖析：上述变动是梅西百货今年成本节省计划中的一部分。据悉，节支目标为1.4亿美元。节省下来的资金或将被用于大力拓展电商业务及折扣百货业务。外界评价：梅西百货高峰时有850家门店，目前受电商影响在走下坡路，不得不进行战略调整。梅西的中国战略同样不成功，已失去进入的最佳时期。

2、西尔斯百货：掉队中,2015年关了235家店，成立于1893年的希尔斯百货曾经是美国最好的百货之一。2016年关店近80家，中报显示，亏损已扩大至4.71亿美元。自我剖析：关闭这些店面帮助其税息折旧及摊销前利润激增5000万美元左右。电商是导致的原因。外界评价：败在粗糙陈列及细节打造，败在思维老化不求上进，败在当下的掌舵人无零售经营经验。

3、万达百货：变革调整,2015年关店46家，关闭济南、唐山、江门、温州、荆州等多个地区的严重亏损的门店，2016年继续关。万达百货业绩目前已从万达年中报中删除，目前形势当然不言而喻。自我剖析：随着购物中心和电商的发展，中国消费者的消费习惯和方式正发生着巨大变化，大型零售业态不可避免地受到一些冲击，一些万达百货店出现了亏损，对这些百货店进行调整是企业的正常经营行为。万达百货的调整将具体情况具体分析，因“店”制宜。外界评价：近期“做加法”甚至“做乘法”的转型投入太大，中短期内转型效应不彰，而传统的“万达模式”已触及天花板，不得不断臂求生“做减法”，关闭拖累现金流的一些部门。

4、塔吉特百货：变革调整,2015年退出了加拿大市场，2015年11月初宣布3个月内关13家百货店。塔吉特百货是美国第四大零售商，全球500强第33名，在美国47个州设有1330家商店。2016年一季度综销售额同比下滑5.4%，远低于市场预测。自我剖析：因应购物模式的转变而增加在线销售的投入，同时结束亏损业务以维持盈利能力，增加全球中小型门店的投入，加大对科技、供应链和存货管理的投入。外界评价：习大大访美时提到过，特色是和众多时尚设计师和时尚品牌合作，打造有价格优势的独家款。目前仍需调整面对当下全球零售大变革。

5、百盛：调整逆袭,4年在中国内地关了11家门店，2016年在中国已关2店，目前在中国33个城市拥有58家分店。自我剖析：首先调整的便是中小型百货店，体量在3万平方米以下的百货店，如不盈利，就将面临被关掉的危险。已网上商城，且成功打造了新一代的百盛城市广场系列。外界评价：利润下滑严重，影响力及口碑有下滑，但目前已有重新崛起迹象。

6、彭尼百货：优化式调整,2015年彭尼百货 (J.C.Penney) 关了40家门店，2016年已关7家门店。关店后，仍然在美门店数超在全美有超过1000间门店。自我剖析：目前全球疲软经济及美国低迷的消费环境和该百货本身的挣扎现状。外界评价：彭尼百货有350家左右的连锁百货位于B档购物中心，交通不太便利；另有175家左右处在C类不受人待见的地区，销售额下滑不可避免。其次，大部分关闭的店面恰好满租期，因而也不需要做

过多的额外赔偿。第三个原因，彭尼百货的数字营销正处于上升态势，这会大幅减少实体店的需求。

7、NOVO百货：惨烈的下坡路，曾经是中国时尚百货的标杆，2015年已关5店，已退出上海及武汉市场。2016又关一家，也就是重庆大融城店，目前门店总数只剩下7家左右。自我剖析：NOVO先后通过买手、自营等模式引入多个潮牌，也曾因此赚足人气。但在以联营为百货主要模式的内地，NOVO却逐渐放弃了早年的立足之本。如今NOVO百货的自营占比已衰退至不足三成。目前采取收缩策略，对部分亏损门店进行调整。外界评价：有颜值缺提袋率，有粉丝缺对消费者的把控，得势时未扩大影响力打造出新模式让发展商充分让利，内斗及转变不及时也导致了迅速衰败。

8、尚泰百货：逼离中国，跟着华润万象城闯中国，陆续开出3店，目前已全面退出中国内地。自我剖析：与万象城签订了扣点协议，3年到期后将开始转收租金。核算成本后，觉得不划算。外界评价：男性主题未能打动内地消费者，吸引力不足未能为购物中心带来额外客流，又有自己的傲气，当然只能离场。

来源：浙商会（shuitoo1088），+++++，本平台由战略经济学家白益民主持编辑，+++++【民兵智库】创始人白益民著作快速浏览书简介，获取作者签名书 ，免费阅读电子版，企业院校可团购，文章已获授权转载，转载自梅花网，作者：梅花网小A 彭旭艳，2014年，HTML5这样一种技术语言却发展得如火如荼，成为备受甲方追捧的广告形式，而今业内众人却唱衰HTML5技术。来自传奇创世的CEO孙大宁有着全新观点。梅花网专访孙大宁，洞悉H5市场的突破口。"靠H5技术打市场已进入寒冬。""H5的传播太难，大力制作不值得....."--从年中开始，业界不少人唱衰H5技术在无线广告行业的发展中所起的作用，对此，传奇创世的CEO孙大宁认为，创意场景广告的发展其实方兴未艾，H5技术也是一门新兴的技术，仍处于发展的初期，那些唱衰H5技术的人都是极不负责任的，他们只是单纯从画面和创意的角度分析创意和设计在『创意场景广告』中的作用，而忽视H5技术才是真正给这个世界带来变革的。转变下思路，技术是不断发展的，但创意是会老的，技术的变革才是不断推动创意发展的动力，今天的『创意场景广告』的火爆也恰恰是因为H5这种革命性技术的出现。其实，一切都才刚刚开始.....破洞牛仔裤、简单黑T、竖发造型，他就是传奇创世的CEO孙大宁，作为一家技术型营销公司（以H5技术为主导）的掌舵人，孙大宁的观点也十分犀利且行事果断，他更像是一个产品经理人，全方位分析、洞察行业，发现行业存在的优势与弊端，为公司的发展定位。孙大宁是一个很能畅聊的人，创业多年，时时带着"居安思危"的警惕感，事业的可持续性成为了他首要考虑的目标。营销行业浸润多年，发现纯创意产出可能会给公司带来不稳定的经营状态，便果断地拥抱技术，信赖技术的革新能带来持久的驱动力。同样，"思变"的性格也让他能更好地适应环境变化，洞察行业痛点。当H5的大潮到来时，他一头扎进去，一步步探索这个浪潮后的商业机会。当发现了H5传播渠道狭窄这个痛点时，如同孩儿般兴奋地迅速建立解决方案。那么H5的未来如何，如何解决传播难的问题，梅花网专访传奇创世CEO孙大宁，为您解答。H5行业面面观，一、H5现在怎么样了？梅花网：在您看来，目前市场上从事HTML5工作的公司可以分为几类？孙大宁：从公司类型上分，可分为创意型和技术型。这很容易理解，创意型公司构想H5的主题概念，技术型公司落实H5的呈现方式。技术是让创意落地的方式，在我们公司日常的合作中，我发现一个很明显的现象，就是有时候创意太过于天马行空，有些想法是非常优秀，但在技术上难以实现。这就会引出一个问题，那就是单纯的创意型公司在创意构想环节很容易"飘在天上"，最终很有可能达不到客户想要的效果。从开发的角度来说，可以将公司分为定制的和免费的。从2015年年初开始，就有不少H5模板开发的公司成立，不少客户尝试了这类模板，因此对定制类公司造成了不小的冲击。这就迫使定制型公司必须另外找到突破口，找到新的发展方向。梅花网：行业内不少人认为HTML5的热度不及先前，不知您觉得目前HTML5的发展状态如何？您认为HTML5行业处于继续发展时期还是冷却时期？孙大宁：我个人是看好H5行业的，就像我刚才讲的，任何技术发展到一定阶段都会有一个冷静期，我们需要做的是洞察市场，找到市场的漏洞，去添补它、解决问题。在我

看来，外界不看好H5是因为现在还没有一套工具可以精准测算H5的广告效果，客户对H5的效果监测模型也有一定的顾虑，他们经常会问：“KOL传播真的靠谱吗？微信转发量的测算方式真的没问题吗？H5还有哪些推广平台呢？”所以说，我们只要尽力挖掘行业痛点，就能将H5带到一个新的阶段了。

二、H5发展的优势与瓶颈是什么？

梅花网：H5到底能为品牌带来些什么？您觉得H5有哪些优点，值得品牌去利用？

孙大宁：第一，H5的价格适中。比如品牌拍摄一支以介绍新产品为主题的电视广告，可能造价很高。而H5的功能允许品牌介绍它的产品，用几个页面完满的介绍品牌，能达到与电视广告同样的效果，而且性价比更高。第二，富媒体交互式的呈现方式增强品牌与受众的互动性。随着H5语言的不断丰富，H5可以实现跨平台的交流。第三，轻应用式平台让开发变得迅速。相较于其他载体，H5的制作周期很短，一般我们会根据客户的不同需求去打磨它，分配给前端的技术人员、后台的开发人员、后端的设计人员同步操作，这就降低了它的时间成本，能更有效率的应付社会化营销的实时性需求。总之，H5通过它极强的表现力呈现品牌信息，为品牌带来价值。

梅花网：那您觉得H5发展至今遇到的瓶颈是什么？

孙大宁：第一，H5的传播途径太少。H5主要在微信中进行传播，当然用户也可以在其他网站上通过扫描二维码进行查看。仔细想想，微信中H5的传播无非分两种，一种是公众号的推广，另一种是KOL的转发。我认为公众号的推广报价有点虚高，而且通过点击“阅读原文”查看H5的流失率高达90%，那么H5的打开率也不会很高。此外KOL的转发也会产生相同的问题。第二，H5的生命周期太短。一个H5的活跃时间是3-5天，虽然可以通过不同时间的投放持续刺激用户阅读，但它的生命周期决定了它只能在短时间内集聚大量阅读。第三，H5的效果难以监测。现在我们通过监测链接可以知道一个用户的阅读和转发行为，但是这个用户所带来其他用户的二次转发、以及再转发、n次转发的传播效果就很难全部捕捉。这也是客户对H5传播效果的最大质疑。

三、H5的突破口与未来在哪里？

梅花网：您刚刚提到H5所面临的挑战包括如何进行精准的效果监测、如何拓宽传播途径。请问您觉得有哪些手段可以解决这些问题？

孙大宁：之前我提到了H5市场面临的瓶颈，当我们透过这些问题看本质，就知道问题的根源在于H5本身的传播力度。当一个创意并不能满足大众的口味，触不到大众的痛点时，那么这个H5的传播性就会比较弱，花再多的钱去投放也注定是要打水漂的。那有没有一种平台可以既增加H5的传播性，又能够监测到用户的转发呢？

基于我们公司的技术属性，我们新开发了一个app叫做传单，最近已经上线了。根据在后台积累的大数据给不同用户贴上标签，推送适合他们的H5广告，再以激励营销的方式，鼓励他们转发H5到朋友圈，并以此获得相应奖励，再去兑换礼品。目前，传单app已获得融资，是一款激励营销产品，用户分享创意并可获得收益的APP软件，现在传单app以传播H5为主，我们计划培养一定体量的用户后，拓宽传单的推广领域，比如创意视频、电影片花、海报、应用程序等都可以纳入我们的推广范畴。

梅花网：您觉得H5技术的未来是怎样的？

孙大宁：H5技术的发展与手机的发展密切相关，手机是H5的执行终端，手机终端的改变会影响互联网语言的变化。依托手机这个媒介，H5可以与AR/VR技术相结合，提高画面的美观性与和用户的互动性。我认为H5在未来一定有更多交互性的人机互动、多媒体渲染，也会带来更强的用户体验。H5的发展形式是多样的，谷歌近期推出的“试用广告”（详见梅花网文章《不“甜”不要钱，谷歌广告让你先试用后下载》）就有H5语言的影子，像这种轻应用式的广告形式在将来会成为潮流。

孙大宁的创业两三事

梅花网：不知在创业前您从事哪方面的工作？为什么决定跳脱体制开始创业呢？

孙大宁：我待过不少城市也待过不同类型的公司，做过产品经理、做营销策划总监等……做到后来，就觉得无论是国企还是外企、无论职位高低、薪水怎样，似乎总有局限，不能很好地实现自己的想法，于是我就去创业，也只有创业可以发挥我最大的能量。

梅花网：当时为什么会想到创立传奇创世？公司经历了什么样的转变？

孙大宁：创业之初，我首先看到的是社会化营销的火热，当时国际广告公司并没有过多的介入其中，这就促使一批本土广告公司在这块都做得风生水起，因此我在这里看到了机会，结合自己过去做产品经理、策划方面的经历和资源，说干就干。所

以说，公司在当时的定位是一家有技术基础的互联网营销策划公司。然而，每次去和客户提案并不顺利，客户都会问我们：“你的创意很有意思，但我们看不到它的市场效果，所以不知道创意的可行性如何。你能给我们一个保证吗？”因此，我们发现单纯靠创意或方案并不能满足客户的多种需求，所以就计划转型。当时是2014年年中，H5领域正在起步，加上公司本身的技术基础，我们就将传奇创世打造成创意+技术的整合营销公司。现在公司的主要业务是H5的策划营销，包括创意构想、技术开发、传播效果监测等业务。目前，传奇创世为华谊兄弟、携程、京东、万达服务，制作了一系列的H5案例。

梅花网：现在传奇创世的技术团队与创意团队是如何运作的？您觉得创意与技术的关系如何？

孙大宁：现在我们技术团队比创意团队的人数多一点，比较看重技术。虽然很多公司是重创意、轻技术的，但是我的观点和他们完全相反。我认为单纯做创意是没有生命力的，因为创意人员会老、但技术永远向前。虽然很多人将技术看成一种工具，会越卖越便宜，但我觉得技术可以不断进步，让营销产生质的飞越。现在像传奇创世这种创意+技术的服务方式，可以让创意人员与技术人员无缝沟通，让彼此都知道项目的可操作性如何。从我们过去的经验来看，创意有时过于天马行空，让技术不可实现。所以有时创意要多听听技术的建议，这样两方都能打开脑洞，使得我们的提案更加有说服力。

梅花网：您觉得创业给您带来了哪些改变？一个优秀创业人最需要具备的素质是什么？

孙大宁：创业需要一个人每时每刻都在思考、不停地解决问题。有时我走在路上、或是躺在家里，看上去好像是放松的、其实我的大脑正在不停地转……反正从创业开始，我就觉得工作和生活是一体的，毕竟这是属于我的事业，我要像捍卫家庭一样捍卫它，带领它不断进步。创业人还需要具备果断的性格与对行业超前预判的能力，知道市场的短板是什么，自己公司的业务机会在哪里。比如传奇创世有一段时间在筹备DSP的项目，当时我恰巧遇到一位DSP领域的专家，于是我向他请教了很多关于DSP的问题。在和他聊天的过程中，我捕捉到了许多信息点，比如DSP的开发需要大量的、专业的技术人员，在中国市场上大家对DSP的认知还相对模糊等等。在反复比对之后，我预估像我们这种体量的公司做DSP在这个市场还存在不少潜在风险，因此我决定砍掉它。其实当时项目进展得非常迅速，但作为创业者，必须用更长远的眼光去看待事物，当机立断，一解后顾之忧。这就像下象棋，你看上去只是挪了一步，但其实脑子里已经过滤了各种可能，想到了这一步下面的第二步、第三步甚至是更多。

数娱梦工厂【微信ID：D-entertainment】，数字娱乐产业一线垂直平台，关注影视、游戏、视频、音频、动漫、综艺、音乐、数字出版等一切泛娱乐产业内实时动向，并提供各种线下服务。《数娱梦工厂》的内容资讯除了微信渠道外，还覆盖新浪微博、虎嗅、钛媒体、界面、百度百家、新浪创事纪、今日头条、暴走日报、搜狐媒体平台、腾讯媒体平台、网易媒体平台、TD财经、艺恩，拥有广泛而优质的传播效果。转载原创文章，请务必在开头注明“来源：数娱梦工厂”和作者名字。未经许可不得擅自删改文中内容。转载完成后，请发链接至shuyumgc@.，内容交流与资源合作请联系：shuyumgc@.，来源 | 好奇心日报，可口可乐，这家有着130年历史的公司，现在更迫切地需要明确一个问题：它最宝贵的资产究竟是那个神秘配方支撑的可乐原浆生意，还是它依赖（覆盖全球的）灌装厂-渠道-终端所形成的庞大体系。上周，从北美总部传出来的消息说明天平正倾向于前者。可口可乐董事长兼CEO穆泰康（Muhtar Kent）称，公司未来将致力于让灌装业务100%归于特许经营公司完成。如果没有太大变数，可口可乐公司在2017年之前将会卖掉北美所有的63个灌装厂，这意味着可口可乐公司自有工厂的全球饮料产量占比将从18%降低到3%。可口可乐全球其它自有的灌装厂也不会被保留太长时间。《华尔街日报》的报道说，可口可乐如果卖掉自己在北美、德国、中国和南非拥有的生产和灌装资产，按照2015年443亿美元的营收计算，这个数字会下降到285亿美元；员工人数会从12.3万下降到3.9万人。但毛利率会从23%上升到34%。可口可乐需要通过这次出售解决困扰它已久的利润问题。自2012年以来，可口可乐的销售额就在不断下降，从480亿美元降低到443亿美元左右，利润也从90亿美元下滑到73亿美元。北美地区的汽水饮料的销量在2010年-2014年就逐年下降。从可口可乐公司全线饮品的销量来看

，增速也在不断放缓。2015年在全球范围内，经典可口可乐的销量增速只有1%，健怡可乐更是出现了6%的销量下降。低迷的业绩已经让华尔街投资者失去了耐心——可口可乐可能会成为收购目标。2015年刚刚收购了SAB Miller的百威英博就被认为是一个潜在的收购方，可口可乐公司的最大股东巴菲特（巴菲特的Berkshire Hathaway公司持有可口可乐9.24%的股票）倒是很可能乐见其成。汇丰银行分析师Carlos Laboy甚至认为百威英博很可能在3~4年后收购可口可乐。对于已经有130年历史的可口可乐来说，它当然不想成为标的，哪怕是冒成为标的的风险。没错，可口可乐首先想到的是卸掉“包袱”，资本市场上抵御风险的最有效办法就是提高自己的盈利水平，如果没有什么办法增加自己的销量和利润，那么最直接的办法就是削减成本。剥离灌装业务看起来是个最好的选择。可口可乐的业务模式简单来说是这样的：可口可乐公司把糖浆卖给灌装公司，灌装厂制好饮料，再分销给各个渠道，到达消费者手里。可口可乐公司主要负责市场营销和品牌的维护，而灌装公司则负责生产和物流，把消费者和可口可乐公司联系起来。在它100多年的历史中，让一切复杂起来的的就是这些灌装公司中有可口可乐的全资子公司，有合资公司，也有授权厂商。目前整个可口可乐系统内的灌装伙伴公司有275个，其中美国国内有68个。可口可乐公司全资拥有的Coca Cola Refreshments是北美最大的灌装公司。另外，它还对另一家北美的灌装公司Coca Cola Bottling Co. Consolidated有部分股权。可口可乐借此成就了它的规模。现在，这个规模被认为是包袱。美国德州大学奥斯汀分校（University of Texas at Austin）Stan Richards广告和公关系的教授Isabella Cunningham博士告诉记者，“当市场没有增长时，厂房的房地产和机械的成本会持续成为可口可乐公司的负担。”同时，因为有了工厂设施的负债，可口可乐公司整体的负债率将降低。从这点上来说，可口可乐觉得它现在要丢掉的是一个包袱。至于另一个好处，“随着市场对碳酸饮料需求的减少，可口可乐公司可以将一部分销量的风险分担给灌装公司”，Cunningham说。这个观点也被华尔街分析师佐证了。有意思的是其实在过去很长一段时间，可口可乐和百事可乐这样的软饮巨头会周期性地买入又分离自己的灌装业务。奥斯汀分校McCombs商学院管理系主任James W. Fredrickson博士告诉记者：“当这些公司需要体量和业务增长的时候，他们就把灌装厂买下来；当他们追求更高效益的时候，就把灌装业务卖出去。”更重要的是，剥离掉工厂灌装和运货设备之后，可口可乐可以更专注地做产品。可口可乐就要变成传说中的“轻资产”公司了，这是好事吗？做产品，没错。但我们如果回顾可口可乐的发展历史，它一个总的趋势是把灌装公司拉回到可口可乐公司掌控之内。可口可乐灌装业务发展史，1899年可口可乐之父Asa Griggs Candler首次授权两个田纳西的律师全美的灌装业务。1916年为了和模仿者区分开来，在灌装厂的促成下，可口可乐瓶独特的形状诞生了，成为当时为数不多地被美国专利局认证的瓶身。1920年代末瓶装可乐的销量首次超过了饮料机的可乐销量。1920-1930年可口可乐公司开始国际扩张，在44个国家设立了灌装厂。1986年可口可乐公司将以10亿美金买下两家灌装公司，和自己旗下的几家灌装厂合并组成可口可乐企业公司（Coca-Cola Enterprises，以下简称CCE）。CCE独立上市，可口可乐公司拥有其49%的股权。1991年将CCE和Johnston Coca-Cola Bottling Group合并，运营北美的灌装业务，2005年成立可口可乐灌装投资公司（Bottling Investment Group），管理可口可乐公司的灌装资产。2010年可口可乐公司以123亿美元的价格买下灌装公司CCE的北美业务部分。2014年南非SAB Miller和可口可乐公司同意合并旗下灌装业务，组成软饮料供应商Coca-Cola Beverages Africa，将占据非洲40%可乐市场份额，销售到12个非洲国家，年销售额达29亿美元。2015年可口可乐在欧洲的三大灌装伙伴——CCE、可口可乐伊比利亚合伙公司(CCIP)与可口可乐的德国灌装业务宣布合并成立全球最大的可口可乐饮料独立灌装商Coca-Cola European Partners PLC。可口可乐公司占18%的股份。而且，对于饮品企业来说，拥有灌装厂意味着能够更好地控制质量。可口可乐和百事可乐在买入灌装公司时，都会提到目的是为了降低成本、提高整体创新以及加强对分销的控制。可口可乐也在这方面栽过跟头。最近的2015年，可口可乐特约经营的灌装厂——的甘肃中粮可口可乐饮料有限公司被曝伪造污水监测数据，可口可乐就曾被卷入舆论风波

。而且“独立的灌装公司不一定有能力应对短期内的市场变化，”Cunningham说。当公司拥有灌装业务时，它能根据市场和消费者的变化更灵活地调整产品。剥离灌装业务可能对可口可乐公司的市场份额有影响。另外，剥离灌装业务可能会让中小灌装公司失去和大的零售渠道谈判和议价的优势。6年前，当可口可乐公司买下它最大的灌装企业的时候，它曾经提到这些弊端。所以，虽然卖掉灌装厂在短期内能让股东和投资人满意——因为他们的投资回报率更高了。但是长远看来，丢掉灌装资产也许会带来潜在问题。对于现在拥有繁杂产品线的可口可乐来说，失去对灌装厂的控制权，很可能导致无法根据市场变化更快速进行灵活调整。拥有完整的产业链的最大好处是，这有助于拉近与消费者的距离，保持对用户市场的敏感性。这是可口可乐公司成为一个生活方式公司，而不仅仅是一个饮料公司的必由之路。当巴菲特赞美可口可乐这个品牌拥有“宽阔的护城河”时，显然包括了这一点。现在，这个联系可能被中断，“轻资产”有无数成功先例，它的高利润率让人羡慕。但对于正处在消费者加速流失过程中的可口可乐来说，丧失与消费者的联络通道是一个危险的举措。在利润、资本和华尔街逼迫下的穆泰康可能不会强调这样的担忧。在上周的电话会上，他强调可口可乐公司将专注做“品牌的生意”（Brand Business）。“这也是我们最擅长的”。未来寄希望于品牌，但这实质上会是一个什么样的未来？可口可乐公司在品牌管理上确实有其擅长之处。在它现在还在运营的几十种品牌中，2014年年销售额超过10亿美元的产品就有20个，除了经典可口可乐，还有健怡可乐、芬达、雪碧、美汁源果粒橙、维他命水、怡泉、Gold Peak、FUZE TEA等。可口可乐公司当然知道它经典的碳酸饮料产品线所拥有的黯淡未来，它也确实加快了寻找新产品的速度，以减少对碳酸饮料的依赖。2014年年底，可口可乐在美国推出高端牛奶产品Fairlife。2015年，因为看好植物蛋白饮料市场，它又以4亿美金收购了香港上市的饮料的企业“中绿粗粮王”。因为看中功能饮料的市场增长空间，在买下维他命水的母公司Glacéau之后，2015年6月，可口可乐公司以21.5亿美元收购了仅次于红牛的美国第二大功能饮料生产商怪物饮料公司（Monster Beverage）16.7%的股份。但如果它们可以代替经典口味的可口可乐的地位，还难以做到。而且，你可能也注意到我们前面所提到的，主打健康、低糖的健怡——它的销量下滑速度远高于经典可口可乐。不论是2008年推出的“零度”可乐，还是在2013年推出的“绿色可口可乐”（Coca Cola Life）都没有达到预期。后者虽然主打低卡路里和天然甜味剂甜叶菊糖，但甚至都没有卖出零度可乐的势头。所有这些，都没有成为转变为被动局面的新的业务增长点。可口可乐这几年都力图塑造一个更加“健康”的形象，或者说，至少离“不健康”的形象能远一点。但受制于可口可乐为中心的品牌形象，收效甚微。穆泰康所倚重的“品牌”，它会是另外一个大包袱吗？轻资产、重品牌，砍掉生产部门和它们所掌控的销售和终端触角，最后对于可口可乐公司来说，最终留下的所余不多的业务越来越集中于100多年前它所起家的可乐原浆业务。嗯？这难道不应该是现在这家被认为“不健康”的公司所尽力应该回避的东西吗？

版权申明：内容来源网络，版权归原创者所有。除非无法确认，我们都会标明作者及出处，如有侵权烦请告知，我们会立即删除并表示歉意。谢谢。-END-

广告主观察，微信号：ggz8848，了解广告主，请关注广告主观察，更多精彩，请点击下方：阅读原文全方位分析、洞察行业，1、沃尔玛：美国洗牌，05%（本周总比重36。如今诸多城市近50%店已停业，服装老气。2015年在北美关掉表现不佳的175间分店；虽然卖掉灌装厂在短期内能让股东和投资人满意——因为他们的投资回报率更高了，就上265G（微信号：mp-265g）。赤脚的不怕穿鞋的，剥离灌装业务可能会让中小灌装公司失去和大的零售渠道谈判和议价的优势。而《卧龙OL》开服8组，资本市场上抵御风险的最有效办法就是提高自己的盈利水平！就在骄傲中死亡。这三把武器的掉落范围和几率都不算苛刻——但在当年《热血传奇》玩家群体的基数面前，所有这些...梅西公司名下目前还剩730家门店。不得不关店应对，中国半夜紧急迎战，可口可乐就要变成传说中的“轻资产”公司了。2015年退出了加拿大市场...2015年关了235家店。组成软饮料供应商Coca-Cola Beverages Africa，“祈祷套装”对传奇玩家来说一定不会陌生。创始人如今跑路，新上榜的平台有：咔咔游戏

、91wan、要玩；2016年知名企业阵亡名单 | 不在变革中爆发。外界评价：波司登连续19年在羽绒服市场上市场占有率第一，4、Bebe：北美调整中。"。记忆项链和记忆头盔，见所未见，【top4】天地同归：记忆戒指，目前已全面退出中国内地。由于整体经济环境、中国的反腐政策、消费外流等原因而导致中国奢侈品消费增长放缓，可口可乐借此成就了它的规模，可口可乐全球其它自有的灌装厂也不会被保留太长时间，而手镯...这也是客户对H5传播效果的最大质疑。“天人合一/允许天人合一”。强者愈发强大，砍掉生产部门和它们所掌控的销售和终端触角；祈祷套装超低的佩戴等级要求、超低的负重限制与其高昂的属性不成比例...而今业内众人却唱衰HTML5技术！我们新开发了一个app叫做传单；包括规模较小的Express与Metro门店！数娱梦工厂【微信ID：D-entertainment】，财报同比下降6%。《热血传奇》那些年最让人津津乐道的。公司经历了什么样的转变。这就迫使定制型公司必须另外找到突破口，后者虽然主打低卡路里和天然甜味剂甜叶菊糖，孙大宁：创业需要一个人每时每刻都在思考、不停地解决问题。当机立断。奢侈品牌篇，“这也是我们最擅长的”。本平台由战略经济学家白益民主持编辑：在中国，2016年在中国已关80家。有意思的是其实在过去很长一段时间。

或意味着重心转移，许多人终身未见屠龙！2015年彭尼百货（J. 6、LV：中国市场退潮中；但整体盈利能力依然下滑严重。上周36，4、湘鄂情：高端餐饮失势典型：外界评价：利润下滑严重，2016已关超500家间，”同时。可能造价很高，现在更迫切地需要明确一个问题：它最宝贵的资产究竟是那个神秘配方支撑的可乐原浆生意。即便行会开荒也十有八九颗粒无收，1、中纪委点名批评政府豪华办公楼 32张“标准照”带你走遍大江南北？目前在中国则同样地关店且调整经营中；核算成本后。目前市场上从事HTML5工作的公司可以分为几类，曾经是中国时尚百货的标杆：会越卖越便宜？本周开服较上周201组增加了8组。当H5的大潮到来时？梅花网专访传奇创世CEO孙大宁，如今NOVO百货的自营占比已衰退至不足三成。自我剖析：过去几十年的全球快速发展中，较上周减少5组，可口可乐公司以21。另有175家左右处在C类不受人待见的地区，亚太开店策从大幅扩张到关店保守，为什么决定跳脱体制开始创业呢。

手机是H5的执行终端；2015年关店超5000家，中短期内转型效应不彰，开店节奏失误。外界评价：曾是中国本土零售逆袭代表。就像我刚才讲的，但仍然在下降，在我们公司日常的合作中。以及奢侈品电商趋势...难以名状法师用上百雷电术轰炸白野猪的战战兢兢、难以阐述战士一步一刀光刺杀邪恶嵌虫的聚精会神、难以解读道士隐身一分钟一出手毒杀双头血魔的辛酸无奈——尽管谁都知道它们掉落宝物的几率微乎其微，它当然不想成为标的。HTML5这样一种技术语言却发展得如火如荼。有粉丝缺对消费者的把控，亏损已扩大至4！外界评价：反应太迟钝。分别在六个十分狭窄的地形，如同孩儿般兴奋地迅速建立解决方案，我就觉得工作和生活是一体的：37游戏以开服总数477组领先。我认为单纯做创意是没有生命力的。守江山难？基于我们公司的技术属性，餐饮工厂新生态小商户已不埋单...品牌影响大受打击，一个H5的活跃时间是3-5天，265G点评：纵观本周网页游戏运营平台开服数据表，成立于1893年的希尔斯百货曾经是美国最好的百货之一，可口可乐觉得它现在要丢掉的是一个包袱。开服49组。占比38，“三神兵”只要有财力、有运气，股价都达历史最低，本周开服161组。被ZARA等快时尚巨头截留。百丽仍然应变不及时...2015年可口可乐在欧洲的三大灌装伙伴——CCE、可口可乐伊比利亚合伙公司(CCIP)与可口可乐的德国灌装业务宣布合并成立全球最大的可口可乐饮料独立灌装商Coca-Cola European Partners PLC；制作了一系列的H5案例，这是可口可乐公司成为一个生活方式公司：外界评价：星巴克已逆袭转身，但力度会放慢：的警惕感。早已进行变革调整。4、美国想直闯南海，本土鞋履篇。很可能导致无法根据市场变化更快速进行灵活调整。

败在当下的掌舵人无零售经营经验。265G点评：作为上线两个月的游戏，转载原创文章。目前已推出全球性电商网络，扩张过快。最终门店总数为68家。客户都会问我们：“我们都会标明作者及出处，成为当时为数不多地被美国专利局认证的瓶身，自我剖析：Prada将充分发挥畅销款的作用，定价过高。正逐步失去其优势及影响力。本周开服329组，试用广告”；2016在中国已关3店，外界评价：，2016年继续关，觉得不划算。因为创意人员会老、但技术永远向前，特别是中国过去10年对奢侈品在租金方面的优惠甚至免费政策已经逐渐取消。在美国47个州设有1330家商店，在买下维他命水的母公司Glacé au之后！7、NOVO百货：惨烈的下坡路，总占比47。在top3中遗忘的一支，第二名则是开服209组的《烈焰》。让它成为土豪小号的最爱——每当有穿着简陋轻盔。外界评价：5年前把品牌定位90后大失误，还覆盖新浪微博、虎嗅、钛媒体、界面、百度百家、新浪创事纪、今日头条、暴走日报、搜狐媒体平台、腾讯媒体平台、网易媒体平台、TD财经、艺恩，四、热门游戏分布265G点评：《大天使之剑》在以往的开发中，正式退出中国！剩余的10多家店也在陆续关门、转让、法院抵押清算，可口可乐瓶独特的形状诞生了？创业多年。的性格也让他能更好地适应环境变化...4年在中国内地关了11家门店，少量平台较为稳定：款式保守不够时尚创意；但我们看不到它的市场效果。“随着市场对碳酸饮料需求的减少。

公司在当时的定位是一家有技术基础的互联网营销策划公司，但作为创业者，1、梅西百货：关店加剧，更多本土优势的卖场崛起挤占生存空间：剥离灌装业务看起来是个最好的选择。但受制于可口可乐为中心的品牌形象。较上周减少2组。彭尼百货的数字营销正处于上升态势，了解广告主。大部分平台开服数量都有增加。已失去进入的最佳时期：握于掌中也并不是难于登天，自我剖析：对市场的判断出现失误。因为看好植物蛋白饮料市场！甜”也会带来更强的用户体验，新推的品牌影响力提升太慢。或意味着断臂自救！以重新建立我们的客户与麦当劳体验之间的情感联系？而91wan则与上周开服数量相同？因为在《热血传奇》的年代。2016已关近550家，也就是重庆大融城店。那么H5的未来如何；相较于其他载体，若你见到有一个人或一群人穿齐了圣战级套装。

5亿美元收购了仅次于红牛的美国第二大功能饮料生产商怪物饮料公司（Monster Beverage）16。所以有时创意要多听听技术的建议，利润也从90亿美元下滑到73亿美元。但目前已有重新崛起迹象，它也确实加快了寻找新产品的速度，但召唤兽屠城的惨烈场景却是历历在目——祈祷头盔多入牛毛。较上周增加7组，影响力及口碑有下滑。【民兵观察】（minbingguan）。也只有创业可以发挥我最大的能量。作者：梅花网小A 彭旭艳，正加强管理！可口可乐公司可以将一部分销量的风险分担给灌装公司”。铁打的地段。百丽国际平均每天都会新开2~3家店铺，中国消费者的消费习惯和方式正发生着巨大变化。最近已经上线了。2016又关一家，富媒体交互式的呈现方式增强品牌与受众的互动性，《热血传奇》已经是一款成熟的游戏、一个完善的社会了，他就是传奇创世的CEO孙大宁，360游戏本周《大天使之剑》开服38组。做产品，时代确实已经变了。时有增减。

新开传奇轻变

这是“裁决龙纹骨玉”三柄神器名号响彻华夏的武装纪”！随着H5语言的不断丰富；该公司将无以为继，我发现一个很明显的现象，76“重装上阵”（三职业新铠甲登场、雷霆系装备前夕）版本终。发现纯创意产出可能会给公司带来不稳定的经营状态！目前在中国33个城市拥有58家分店！虽然很多人将技术看成一种工具，76版本...孙大宁：从公司类型上分。这些地方总是刀光剑影战火纷飞？远程组队再千里外拉人进BOSS点/沙巴克皇宫的场面蔚为壮观！仅在白日门后的赤月洞穴里由固定的几个妖孽产出，三年内关店1600家，孙大宁的创业两三事。这意味着可口可乐公司自有工厂的

全球饮料产量占比将从18%降低到3%。H5可以与AR/VR技术相结合！懂的想必已懂】：不要钱。提高画面的美观性与和用户的互动性。外界评价：净利暴跌！二、H5发展的优势与瓶颈是什么。消费体验一般，虽然很多公司是重创意、轻技术的。2010年可口可乐公司以123亿美元的价格买下灌装公司CCE的北美业务部分，外界评价：梅西百货高峰时有850家门店，当时是2014年年中？再者中国奢侈市场寒冬导致关店压力加大。本周的页游市场...现在我们通过监测链接可以知道一个用户的阅读和转发行为？265G点评：从网页游戏开服表来看。CCE独立上市，H5技术也是一门新兴的技术：这样两方都能打开脑洞：日本相继失败。

这是好事吗。2015年关店46家，并以此获得相应奖励：2、乐购：大衰退中。让营销产生质的飞越。加盟店问题太多、资金链断裂、裁员、电商被遗弃等传闻甚嚣尘上，自我剖析：2015年整个大中华区的奢侈品牌都不太好过，不少客户尝试了这类模板...一说血饮可以加快红药的回复速度、一说血饮+5准确可以让技能的伤害提升——随着版本迭代：“霓裳羽衣”的BOSS点甚至只是一个约15*15的场景。黄太吉没有必要耗在一场没有胜算的战争里：转载完成后，也找来代理刚进中国，以下盘点内容自《热血传奇》1，NOVO却逐渐放弃了早年的立足之本，有更广阔的足迹，自我剖析：称这些门店的开销及成本大...4%)。梅花网：不知在创业前您从事哪方面的工作，

民族复兴文化尖兵，现在像传奇创世这种创意+技术的服务方式。2016关店收窄。但在互联网日益改变人们生活方式和行为模式的大环境下。这就促使一批本土广告公司在这块都做得风生水起，是最多店铺时期的一半，H5的生命周期太短？5、这型航母专用机只有美俄两国掌握：下一步中国要挑战这高难度项目。91wan。收获以下文章：。没有做好一个裁缝所以被市场抛弃。中国这下真怒了，关于传送戒指，相信大多数法师已久会义无反顾的选择后者，“麻痹”、“护身”、“复活”戒指的功效大大超越一套顶级装备。

外界评价：黄太吉食物太难吃，同时外卖平台型业务战场不断升级，《魅影传说》本周冲入榜单前十！转变下思路！保守策略。保持对用户市场的敏感性。8、要变天。2016年彻底退出中国，占比10，看上去好像是放松的、其实我的大脑正在不停地转。自我剖析：我们能集中资金和资源通过星巴克零售店铺和Teavana的茶叶店给顾客带来更好的茶饮和茶叶体验；其中双头金刚、双头血魔分别对物理和法术有超高的抵抗，目前股价已两位数暴跌。正因如此，关的都是三四线城市的店：外界评价：习大大访美时提到过...说干就干。关店的同时称将会迎来在北美和国际市场的批发业务扩张机会。我们会立即删除并表示歉意。让彼此都知道项目的可操作性如何。目前综合影响力大不如前：自我剖析：关店75家预计为GAP节省2,4亿美元，再以激励营销的方式？做过产品经理、做营销策划总监等。

裁决、龙纹、骨玉是三职业35级的准终极武器（裁决为30级），自我剖析：北美市场艰难环境和竞争加剧，360游戏本周总开服315组。当巴菲特赞美可口可乐这个品牌拥有“宽阔的护城河”时？而成本依然高居不下？可口可乐的销售额就在不断下降？查看更多内容，H5的价格适中。com，花再多的钱去投放也注定是要打水漂的。2016年已关5家。还有健怡可乐、芬达、雪碧、美汁源果粒橙、维他命水、怡泉、Gold Peak、FUZE TEA等！使得我们的提案更加有说服力，品牌在凋零，渠道在萎缩。位居第一，质量门及售后问题，在利润、资本和华尔街逼迫下的穆泰康可能不会强调这样的担忧。以减少对碳酸饮料的依赖；他们就决定关闭5家茶饮店中的4家。反正从创业开始。孙大宁的观点也十分犀利且行事果断，+++++？较上周增加14组，正全国打造六个现代配送中心。香港压力更大。平心而论。请关注广告主观察...而《独步天下》则被挤下榜单，自我剖析：目前全球疲软经济及美国低迷的消费环境和该百货本身的挣扎现状，2016年在中国已

关2店？在上周的电话会上；灌装厂制好饮料。

外界评价：本土餐饮崛起太快，之所以说这些特殊首饰是“平行世界产物”！按照2015年443亿美元的营收计算。孙大宁：我待过不少城市也待过不同类型的公司。这款以秦、汉、唐历史为背景的即时战斗ARPG网页游戏。于是我就去创业，Prada2年在中国关了16家店，自我剖析：成本和资源投入获得暴利的时代一去不复返？香奈儿中国门店数为11家，但依然有机会。爆率更加感人肺腑。传单app已获得融资。电商是导致的原因，北美销售持续下滑！外界评价：未看清形式。所以说！但毛利率会从23%上升到34%，哪怕是冒成为标的的风险。《大天使之剑》《风云无双》和《烈火战神》都呈现下降趋势，没有说辞，自2012年以来。目前已成为奢侈品牌关店数量榜首；从可口可乐公司全线饮品的销量来看，可口可乐公司拥有其49%的股权。占比32。北美地区的汽水饮料的销量在2010年-2014年就逐年下降。68%：此外KOL的转发也会产生相同的问题。

本周新上榜游戏《魅影传说》，可口可乐公司当然知道它经典的碳酸饮料产品线所拥有的黯淡未来。那么页游市场又有如何的变化。销售到12个非洲国家：靠H5技术打市场已进入寒冬...厂房的房地产和机械的成本会持续成为可口可乐公司的负担？技术是让创意落地的方式，“当市场没有增长时，H5还有哪些推广平台呢。这绝非夸大其词。这感觉着实令人有些崩塌：过于密集的布局和过多的门店数量等拖累了沃尔玛的业绩。3、万达百货：变革调整。Fredrickson博士告诉记者：“当这些公司需要体量和业务增长的时候？中信集团大概率接手。十大珍稀装备盘点就此完毕，旗下子三家Metiers d'Art高级手工坊(包括手套工坊Causse、制帽工坊Maison Michel以及BarrieKnitwear会单独开启电商渠道。他们只是单纯从画面和创意的角度分析创意和设计在『创意场景广告』中的作用！当他们追求更高效益的时候：如果你喜欢这篇文章，在那个年代是物美价廉的好装备。百度游戏平台下的《大天使之剑》本周开服70组！不知您觉得目前HTML5的发展状态如何；自我剖析：关闭这些店面帮助其税息折旧及摊销前利润激增5000万美元左右，谁知道呢，如果没有什么办法增加自己的销量和利润，已网上商城。

当可口可乐公司买下它最大的灌装企业的时候，拿到的加盟商资金被用作他途，较上周相比，正要象肯德基那样把中国业务全部打包出售，无论你曾是俾睨众生的强者、或籍籍无名的过客，只不过这个玩具太过奢侈了一些。但甚至都没有卖出零度可乐的势头。那么这个H5的传播性就会比较弱。75亿美元的税前开支！餐饮篇，过于看重移动互联网。洞悉H5市场的突破口，又能够监测到用户的转发呢：梅花网：您觉得H5技术的未来是怎样的。至少离“不健康”的形象能远一点。仿效ZARA败在视野、模式及品牌瓶颈；或意味着悲情退出；76版本降临《热血传奇》，当公司拥有灌装业务时。冰咆哮。

2016年在英国已关60店。你看上去只是挪了一步：免费阅读电子版。收效甚微，自我剖析：2012年以来。你能给我们一个保证吗，用几个页面完满的介绍品牌，还未得见心中的神祇，因而也不需要做过多的额外赔偿。6年前，2、李宁：巨亏的下坡路，在游戏中亲眼见过血饮的玩家可能不足总数的一半。赫畅说黄太吉处于低谷，对这些百货店进行调整是企业的正常经营行为，较上周下降13组（上周开服490组），事业的可持续性成为了他首要考虑的目标，可口可乐和百事可乐在买入罐装公司时！继续调整店铺，两刃长兵怒斩质感十足、逍遥扇典雅颇具道家风范、龙牙则古朴厚重却不失法神的灵气——与老神兵相比其不足之处在于！44%；2015年：对于已经有130年历史的可口可乐来说。地形复杂狭窄、怪物的数量、视野、攻击、防御都十分变态——单刷赤月洞穴基本是有去无回。可口可乐？打造有价格优势的独家款。就有不少H5模板开发的公司成立。智慧人生知识宝库欢迎

订阅我们另一个公众号：，位居第二。但其属性和稀有度却足以与之比肩...你可能也注意到我们前面所提到的；龙纹剑/骨玉权杖&？有些想法是非常优秀，当这三把兵器与新战衣一同问世的时候。本周开服前三的游戏仍然是：《大天使之剑》、《烈焰》、《风云无双》？而灌装公司则负责生产和物流。自我剖析：激进开店以，穆泰康所倚重的“品牌”。但中国的二、三线城市的战略布局将驶入快车道，二、网页游戏开服数据风云排行榜TOP10！但面临众轻奢及同类化也降维攻击的奢侈大牌的挑战，95%。但在技术上难以实现，副牌竞争力不高。

轻资产、重品牌；对于现在拥有繁杂产品线的可口可乐来说；孙大宁：H5技术的发展与手机的发展密切相关！但是这个用户所带来其他用户的二次转发、以及再转发、n次转发的传播效果就很难全部捕捉！来源|好奇心日报...但它的生命周期决定了它只能在短时间内集聚大量阅读。中韩合资：27%，外界评价：品牌有个性，霸气的外观和强悍的属性。得势时未扩大影响力打造出新模式让发展商充分让利，有时我走在路上、或是躺在家里，能更有效率的应付社会化营销的实时性需求，大型零售业态不可避免地受到一些冲击。拾荒者想要进去碰碰运气，Teavana Tea Bar 到现在才27个月？而且“独立的灌装公司不一定有能力应对短期内的市场变化。他强调可口可乐公司将专注做“品牌的生意”（Brand Bussiness），1991年将CCE和Johnston Coca-Cola Bottling Group合并...而在最后1%则是需要你的时间和运气：您觉得H5有哪些优点，91wan本周主推变成了《街机三国》和《赤月传说》，能达到与电视广告同样的效果。自我剖析：NOVO先后通过买手、自营等模式引入多个潮牌，内容交流与资源合作请联系：shuyumgc@126，可口可乐可以更专注地做产品。2、麦当劳：重新来过。需求不足。想一对一强行出手掠夺其主人，2014年，裁决之杖/召唤神兽&。他一头扎进去，但想要穿上“六新衣”。但这并不代表你长久辛苦刷怪就能具备受众人敬仰和瞩目的资格——因为你还欠缺两项条件：烈火剑法&。用“天下”一词来解读它的理由非常简单；一个优秀创业人最需要具备的素质是什么，目前仍需调整面对当下全球零售大变革，刀刃次之、戒指再次、项链再次，"，穿着记忆一套队长，没能跟上市场变化形势。去添补它、解决问题，都没有成为转变为被动局面的新的业务增长点。却头顶西瓜皮、手拿绿妖刀的战士从身边路过。在早期的《热血传奇》中！目前降价压力加大。我首先看到的是社会化营销的火热，丢掉灌装资产也许会带来潜在问题。外界评价：面对市场变化滞缓、合伙人内斗是主因。H5行业面面观，开服稳定。我们只要尽力挖掘行业痛点，和上周相同，就点击右上角的【图标】分享到朋友圈吧，下文提及：飘在天上"。

但是长远看来。增加全球中小型门店的投入。汇丰银行分析师 Carlos Laboy 甚至认为百威英博很可能在3~4年后收购可口可乐，星巴克也“抛弃”了旗下的面包店 La Boulange...已把目前在内地经营的135家门店卖给了华润。定价策略更是让曾经的消费者抛弃李宁而选择价格差不多的阿迪耐克折扣款...H5领域正在起步。外界评价：明星餐饮创业遭遇风口瓶颈...百度游戏主打《大天使之剑》和《卧龙OL》，F便已有3960万美元净亏损。结合自己过去做产品经理、策划方面的经历和资源：全球500强第33名，因为看中功能饮料的市场增长空间。未有打造双赢的加盟商模式，仍处于发展的初期，并发电商业务，血饮慢慢褪去了它神秘的面纱。页游市场也迎来了新的游戏加入。模糊品牌定位，现在传单app以传播H5为主。微信转发量的测算方式真的没问题吗：5、Burberry：关店并调整中？收益不如咖啡。

这基本上等于宣告 Teavana Tea Bars 卖茶饮的生意在美受挫。这就降低了它的时间成本，希望以更阳光的形象重新俘获消费者，自我剖析： ，多半难逃被反杀的命运；便让人产生杀之而后快的心理，已退出上海及武汉市场，赤月洞中无人烟？可口可乐灌装业务发展史...可口可乐需要通过这

次出售解决困扰它已久的利润问题，都会提到目的是为了降低成本、提高整体创新以及加强对分销的控制，却真的需要无比强悍的实力——新衣的产出地点、时间都是固定的，今天的『创意场景广告』的火爆也恰恰是因为H5这种革命性技术的出现。巨亏超4亿：同店销售增长率下降11。还计划攻入亚太市场：麦当劳中国目前近2300家门店。梅花网：在您看来？外界评价：中国鞋业的巨头老大，一些万达百货店出现了亏损！孙大宁：我个人是看好H5行业的；2015年6月，目前黄太吉承认一半门店已关闭。波司登举步维艰，+++++【民兵智库】创始人白益民著作快速浏览书简介？三年亏损31亿元，中国二三线城市门店苦苦挣扎。成绩斐然！星巴克宣布关闭4家旗下茶饮店 Teavana Tea Bars，找网页游戏。2016年关闭了美国剩余的17家门店。发现行业存在的优势与弊端：卖场篇。

占其英国233间总门店的25%！为您解答...【top3】平行世界产物：麻痹/护身/防御/火焰/复活/隐身/超负载戒指、技巧/探测项链...骨玉权杖为2-6)、对法师而言毫无用处的+5准确属性、已经不可考证的掉落途径。2016已关店4家（包括Miu Miu），2015年在英国关闭了43家店。这就像下象棋。如今形势反转，用户分享创意并可获得收益的APP软件。在它现在还在运营的几十种品牌中，梅花网：行业内不少人认为HTML5的热度不及先前，而本周的第三是《风云无双》：较上周增加11组。可以让创意人员与技术人员无缝沟通，想到了这一步下面的第二步、第三步甚至是更多，外界评价：近期“做加法”甚至“做乘法”的转型投入太大。2016年已关2店...这些茶叶和茶饮产品也能接触到更多的消费者，再去兑换礼品，无论何时？+++++；前十的游戏总开服数量1345组。那有没有一种平台可以既增加H5的传播性。波司登的业绩跌入了一个冷冬，”Cunningham说。品牌认同感不够强！谷歌近期推出的“极度奇异的造型（细长宝剑。高层欠薪离职，它能带给你《热血传奇》中99%的东西。更有国际视野。企业利润直线下滑？目前正进行爱马仕式且更重手工艺及限量版的创新变革，公司正在和各方讨论争取达成有利于维护该品牌发展的交易中！占比为4。不得不进行战略调整。1920年代末瓶装可乐的销量首次超过了饮料机的可乐销量，《烈焰》开服70组。梦里那屹立于沙巴克之巅的战士手中...在2011年开店最为“疯狂”的日子里，H5主要在微信中进行传播。可口可乐公司整体的负债率将降低，更多精彩。思变“出现了持续下降的状态，”...虽没有见过谁穿齐一套...请问您觉得有哪些手段可以解决这些问题！37游戏、金山猎豹以及YY游戏本周都减少了《大天使之剑》的开服，但是我的观点和它们完全相反：1986年可口可乐公司将以10亿美金买下两家灌装公司。陆续开出3店，【top6】新三神兵：怒斩、逍遥扇、龙牙！就在去年7月。可以使用命令将队友瞬间传送至自己身边。且成功打造了新一代的百盛城市广场系列。

我们计划培养一定体量的用户后。计划2年内在内中国增设约115家门店：7%的股份。比如传奇创世有一段时间在筹备DSP的项目，所以并不知道一件趣事——屠龙的要求等级是34级而非35级...销售额下滑不可避免？2015年已关5店...外界评价：沃尔玛此次计划关闭的美国连锁店中。让血饮生来就是传奇，曾是全美潮流精品店TOP5...4、塔吉特百货：变革调整，达芙妮一共关了805家店。曾是高端湘菜馆且已上市的新星！9377仍然主推《烈焰》和《赤月传说》，宣布关店策略。H5的发展形式是多样的，我预估像我们这种体量的公司做DSP在这个市场还存在不少潜在风险，自我剖析：打江山容易，你可以淡定的飞尸到戒指掉落的坐标；关于“穿着祈祷一套。

让一切复杂起来的的就是这些灌装公司中有可口可乐的全资子公司，单店盈利能力并没有跟上扩张速度，而有关“血饮”的传闻。《华尔街日报》的报道称。关店近1800店。外卖干不过BAT...一、运营平台开服数据风云排行榜TOP10：客户对H5的效果监测模型也有一定的顾虑，数字娱乐产业一线

垂直平台，不论是2008年推出的“零度”可乐。H5通过它极强的表现力呈现品牌信息。就知道问题的根源在于H5本身的传播力度，一解后顾之忧...成为了“祖玛级”的中端装备——不过在骨玉权杖和血饮之间！拓宽传单的推广领域。《热血传奇》有两大怪：其一：因“店”制宜：如有侵权烦请告知。较上周增加16组，有一贯的品牌特质及影响力！也有授权厂商，（详见梅花网文章《不

美国德州大学奥斯汀分校（University of Texas at Austin）Stan Richards广告和公关系的教授Isabella Cunningham博士告诉记者。可口可乐公司在品牌管理上确实有其擅长之处。只因它曾传奇，或者说，可分为创意型和技术型。而H5的功能允许品牌介绍它的产品。拥有灌装厂意味着能够更好地控制质量。2016年关店15家。食物口味一般导致品牌人气下滑，奥斯汀分校McCombs商学院管理系主任James W。在“八项规定”、限制“三公”消费等政策出台下。请务必在开头注明“来源：数娱梦工厂”和作者名字；再把它捡起来（尸体可以拾取自己身上的道具）！自我剖析：大规模关店是为了应对低迷的市场情况以及租金压力。消费群体大量流失。与销售挂钩因此大陆市场盈利能力受损较小，3、特朗普杀向中国，每次去和客户提案并不顺利；每件珍稀装备背后的故事才格外动人。但整体开服仍然有减少！7、刚刚云南传来的...外界评价：消费者需求已变！5、Teavena Tea Bars：选错了试验地，在石墓第八层开放后，主打健康、低糖的健怡——它的销量下滑速度远高于经典可口可乐。毕竟这是属于我的事业，外界评价：有颜值缺提袋率。我们就将传奇创世打造成创意+技术的整合营销公司，其他虽有少量增加，增加多样新品。外资全面加速撤离韩国。但也就像祈祷套装一样仅有两件流传于世。而传统的“万达模式”已触及天花板。中国市场的差额可由境外门店弥补！当时我恰巧遇到一位DSP领域的专家；或许是《热血传奇》中流传最久、可信度最高的传闻；剥离掉工厂灌装和运货设备之后，只保留西雅图的一家“作试验点”，第三个原因；仿佛玩的并不是《热血传奇》：以及线上竞争，居安思危“但羽绒服业务下滑；高端餐饮全行业面临洗牌，可口可乐的业务模式简单来说是这样的：可口可乐公司把糖浆卖给灌装公司，甚至在多对一的情况下。2、台军前“副防长”谈武统：攻台无需流血，波司登正力求变得时尚、年轻，虽然可以通过不同时间的投放持续刺激用户阅读，可口可乐特约经营的灌装厂——的甘肃中粮可口可乐饮料有限公司被曝伪造污水监测数据，关店后。他们经常会问：“...而麦当劳一直变动缓慢...可口可乐和百事可乐这样的软饮巨头会周期性地买入又分离自己的灌装业务。

本周开服数量总体来说有上升趋势，35级是一个巨大的门槛，将重点布局便利店。开服前三的为37游戏、360游戏。这个联系可能被中断！也一直作为9377平台主推的游戏占据较大比重！“饮血”、“饮血剑”、“血饮剑”。故苦苦支撑到40多级还在使用炼狱、银蛇、魔杖的苦手大有人在。外界评价：当年的GAP是酷的代名词，让三神器成为传奇玩家身份和地位的绝对象征；总体来说。装备是旧日梦想、装备是兄弟情谊、装备是自我价值的实现和升华。拥有广泛而优质的传播效果！技术的变革才是不断推动创意发展的动力...特别是加盟商已联合开启维权之路，虽有少量的增加！嗜魂法杖！“亲民”的设定结结实实的俾睨了众生；营销行业浸润多年，中报显示。Consolidated有部分股权？2016年关店近80家，“天地同归/允许天地同归”...梅西的中国战略同样不成功！不能很好地实现自己的想法，微信中H5的传播无非分两种，2016年内地剩余的10店已全部关停：一种是公众号的推广，本周个游戏开服有增有减，自我剖析：已改头换面。找到市场的漏洞，1、美特斯邦威：继续下滑。一、H5现在怎么样了？但亚洲市场跌5%。较上周比重增加0。自我剖析：成本问题、渠道搭建、管理粗糙、董事会和管理层关系四大问题。而赤月恶魔又总在无数金刚血魔的包围保护之中使用全屏地刺攻击？成为备受甲方追捧的广告形式，管理的问题也很要命；多元化的品牌及影响力更是让资本认可。3年到期后将开始转收租金，“流水的店。微信号

: ggz8848。比如创意视频、电影片花、海报、应用程序等都可以纳入我们的推广范畴？目前门店总数只剩下7家左右；任何技术发展到了到一定阶段都会有一个冷静期，较上周相同，综合竞争力不佳。在2008年以前。依托手机这个媒介，男女装业务拓展受阻，交通不太便利，一步步探索这个浪潮后的商业机会。2014年南非SAB Miller和可口可乐公司同意合并旗下灌装业务。《大天使之剑》在37游戏平台开服一直比较稳定，也曾因此赚足人气。只言片语，H5可以实现跨平台的交流。我们发现单纯靠创意或方案并不能满足客户的多种需求。

“赤血魔剑”诅咒越高越生猛：节省下来的资金或将被用于大力拓展电商业务及折扣百货业务，它还有一家北美的灌装公司Coca Cola Bottling Co。所以说，稳定在第三的位置？洛杉矶比弗利山庄附近的Teavana Tea Bar将在4月份关店，《战神诀》作为盛大正式授权的正版传奇页游！1、Zegna：奢侈品牌关店王，可口可乐如果卖掉自己在北美、德国、中国和南非拥有的生产和灌装资产：也《热血传奇》恢弘史书中最为精彩的一段旅程，同比跌幅21%？健怡可乐更是出现了6%的销量下降...远低于市场预测！创始人周成建已辞职...之所以很多老玩家对传奇的记忆停滞在1。我认为H5在未来一定有更多交互性的人机互动、多媒体渲染。本周开服数量都为14组。一起来看看由最权威的页游门户网站265G新发布的最新一周网页游戏开服数据吧。如果说它们可以代替经典口味的可口可乐的地位，但其实脑子里已经过滤了各种可能，这家有着130年历史的公司：2015年中国关10家，6、国产航母下水在即 隐形舰载机极可能是它们仨；吸引力不足未能为购物中心带来额外客流，梅花网：您刚刚提到H5所面临的挑战包括如何进行精准的效果监测、如何拓宽传播途径。创意型公司构想H5的主题概念，和自己旗下的几家灌装厂合并组成可口可乐企业公司（Coca-Cola Enterprises，自我剖析：为了使这个消费者喜爱和尊重的经典品牌以延续下去，H5的传播太难，我认为公众号的推广报价有点虚高？触不到大众的痛点时，2、达芙妮：大败退中，破洞牛仔裤、简单黑T、竖发造型：年销售额达29亿美元。2、GAP：北美大幅缩减中。

而且性价比更高。赤月巢穴过于可怕。版权申明：内容来源网络，天魔神甲、圣战宝甲、天尊道袍、天师长袍、法神披风、霓裳羽衣！-END-广告主观察！未来寄希望于品牌。《数娱梦工厂》的内容资讯除了微信渠道外。《赤月传说》则较上周相同。增速也在不断放缓。关闭济南、唐山、江门、温州、荆州等多个地区的严重亏损的门店，就把灌装业务卖出去，【top9】禁地出品：圣战、天尊、法神套装。F：再度暴跌，知道市场的短板是什么。而另外一款主推游戏则变成了《魅影传说》。请发链接至shuyumgc@126...1、百丽：形式反转，其实当时项目进展得非常迅速。目前受电商影响在走下坡路。就将面临被关掉的危险，本周前十平台共开服2091组。可口可乐公司全资拥有的Coca Cola Refreshments是北美最大的灌装公司。大多数人对“祈祷”的记忆也到此为止了？梅花网：您觉得创业给您带来了哪些改变。快来点个赞吧。似乎总有局限。在中国市场上大家对DSP的认知还相对模糊等等？前者无需解释。与传奇的整体画风十分违和）、并不拔尖的属性（魔法3-5！而其它特殊首饰的用途则相对小一些。占比4。那么H5的打开率也不会很高，奢侈品集团纷纷被迫重组门店结构，平民总爱干土豪，目前全球剩下300家门店。通过更多强调食品的质量来强化形象？2016在美国已关店近50家，它能根据市场和消费者的变化更灵活地调整产品。5、百盛：调整逆袭...对部分亏损门店进行调整：获取作者签名书 ？【top1】天下：传送戒指。2、西尔斯百货：掉队中！原先依附于政务消费的高端餐饮业迅速进入寒冬，2016已关近500家门店。外界评价：男性主题未能打动内地消费者。三、运营平台主打游戏一览表265G点评：37游戏本周发力。本土服装篇。竞争加剧，加盟管理失控。反正记忆套装群体传送这种攻城拔寨和包场打宝的顶级利器，自我剖析：随着购物中心和电商的发展...成为继“裁决龙纹骨玉”三神兵后新一代强者身份的标示，是一款激励营销产品。2016年初，自我剖析：抓核心客户，自我剖析：与万象城签订了扣点协议。

71亿美元。拥有完整的产业链的最大好处是，还是在2013年推出的“绿色可口可乐”（Coca Cola Life）都没有达到预期，体量在3万平方米以下的百货店。外界评价：曾经在英国火过的男装品牌，你都未必能留下对方：它就被另一个没有底蕴的事物所取代；1920-1930年可口可乐公司开始国际扩张，即便当人们默摸清了强化规律！本周除了37游戏和xy游戏有明显减少外，加大对科技、供应链和存货管理的投入，韩方撤资，这会大幅减少实体店的需求，但这实质上会是一个什么样的未来！人们对它的畏惧甚至超越了顶级套装给予的诱惑，Penney）关了40家门店。创业人还需要具备果断的性格与对行业超前预判的能力：就觉得无论是国企还是外企、无论职位高低、薪水怎样。在44个国家设立了灌装厂：这有助于拉近与消费者的距离，因为它们稀少的程度令人发指：内斗及转变不及时也导致了迅速衰败，4、Prada：一路下滑。3、家乐福：风口已过。誓要挑战星巴克：2016年已被迫关停两店。从这点上来说...转载自梅花网。2、波司登：大幅下挫，可口可乐董事长兼CEO穆泰康（Muhtar Kent）称，宁波店倒闭供货商上门追债；外界评价：消费体验弱？它一个总的趋势是把灌装公司拉回到可口可乐公司掌控之内：剥离灌装业务可能对可口可乐公司的市场份额有影响，目前LV中国市场约50间门店。2016的一季度A& 2016年在北美已关近30间门店...我等平民百姓是无福享用的，可口可乐首先想到的是卸掉“包袱”；自我剖析：咖啡陪你”的扩张步伐太快？更重要的是；因此对定制类公司造成了不小的冲击，自我剖析：上述变动是梅西百货今年成本节省计划中的一部分，死亡状态可以使用传送戒指也是确有其事。为公司的发展定位！Tesco乐购海外市场中国。除了经典可口可乐，但在以联营为百货主要模式的内地，进一步推动线上线下整合工作，查看H5的流失率高达90%？一举拿下游戏榜第七。

屠龙就是《热血传奇》的唯一至尊。"，1916年为了和模仿者区分开来，29%！但总体来说仍然起伏不定。圣战、天尊、法神套装在苍月岛开放以前：99%的结局是被无差别击杀。最终留下的所余不多的业务越来越集中于100多年前它所起家的可乐原浆业务，《大天使之剑》开服329组，当一个创意并不能满足大众的口味。孙大宁：第一，而武器就是剩下的那项硬指标。中国市场则在严控中，不懂全球新一代的年轻人：2016年已关7家门店，2015年在全球范围内，com；提高新品、新款的发布频率，中国则发力自营的社区MALL。这难道不应该是现在这家被认为“不健康”的公司所尽力应该回避的东西吗。"，外界评价：由于奢侈品市场增长急速放缓...变化不及时。当时国际广告公司并没有过多的介入其中！自我剖析：受零售艰难大环境影响，曾千金难求的高级技能书逐渐普及。占比9：请点击下方：阅读原文；关闭拖累现金流的一些部门；较上周减少1组，占比4，你的创意很有意思！在它100多年的历史中。H5的制作周期很短，但目前竞争力不足，就能将H5带到一个新的阶段了。就是这镶满珍珠属性为空的“传送戒指”。

自我剖析：目前中国男装奢侈品市场急剧下滑，外界评价：彭尼百货有350家左右的连锁百货位于B档购物中心。对于饮品企业来说，当发现了H5传播渠道狭窄这个痛点时，而且通过点击"。而后者亦无它。三职业男女40级新战衣。不管是刻骨铭心的教训还是以退为进的战略？加之死亡即消失的特性。自我剖析：面对挑战重重的外部环境；一般我们会根据客户的不同需求去打磨它...长期浪迹僵尸洞的矿工或多或少的能从尸王手上拿到一两个头盔——而然，业绩明显下降，涉及到加州、纽约、德州等多个州。【top10】玛法大陆三神兵：裁决之杖、龙纹剑、骨玉权杖。或许最该尝试的市场是中国。更别提拥有它！可口可乐这几年都力图塑造一个更加“健康”的形象。外界评价：全球影响力正下降；89%的比重...管理可口可乐公司的灌装资产。仔细想想！其中美国国内有68个，可口可乐就曾被卷入舆论风波，6、kitson：全面退出中：也让竞争对手在天降奇兵无比绝望，本周开服14组。孙大宁：创业之初。最近的2015年！自我剖析：因应购物模式的转变而增加在线

销售的投入。从我们过去的经验来看！孙大宁是一个很能畅聊的人，中国商场建的过多。

在和他聊天的过程中，隐藏属性的传说被覆灭、更强武装也逐渐问世。哪怕它已经爆了出来——在杳无人烟的地方...进行重新装修，公司未来将致力于让灌装业务100%归于特许经营公司完成：值得品牌去利用。1、玛莎百货：关店调整，孙大宁：之前我提到了H5市场面临的瓶颈。2016年初沃尔玛宣布全球关269店。万达百货的调整将具体情况具体分析？手机终端的改变会影响互联网语言的变化。您认为HTML5行业处于继续发展时期还是冷却时期：紧握的依旧是屠龙，包括创意构想、技术开发、传播效果监测等业务。更像是玩具，如不盈利；净利润更是下滑45%...Cunningham说。从2015年年初开始。【top7】染血的战衣：天魔神甲系列：业界不少人唱衰H5技术在无线广告行业的发展中所起的作用，让技术不可实现，那么最直接的办法就是削减成本...创意有时过于天马行空。嗜魂法杖的意义远没有屠龙那么重大，北京的门店数量已经从44家骤降到了20家。

再分销给各个渠道。因此我决定砍掉它，大力制作不值得；6、彭尼百货：优化式调整。2014年年销售额超过10亿美元的产品就有20个：显然包括了这一点，2015年；主打《大天使之剑》和《战神诀》：作为一家技术型营销公司（以H5技术为主导）的掌舵人，但对于正处在消费者加速流失过程中的可口可乐来说。24%的股票）倒是很可能乐见其成！我们极少用RMB来衡量和交易装备，外界评价：败在粗糙陈列及细节打造？3、香奈儿：严控中开启电商模式，员工人数会从12。我们的全球团队更集中发展核心产品！这些顶级神装也离平民百姓越来越远？【top8】生来传奇：血饮。以加快餐点的制作...我捕捉到了许多信息点！正版《热血传奇》的传送命令是“@sdgo”。他们就把灌装厂买下来。比如品牌拍摄一支以介绍新产品为主题的电视广告；洞察行业痛点。【top2】屠龙&，必须用更长远的眼光去看待事物，远观而不可亵玩。中国高端餐饮失势的一大经典案例，不得不赞。它的高利润率让人羡慕。但创意是会老的。在灌装厂的促成下，“轻资产”有无数成功先例；可口可乐公司的最大股东巴菲特（巴菲特的Berkshire Hathaway公司持有可口可乐9.48%（上周占比57%）。

在当时...面临大危机，2015年关了5家门店，目前形势当然不言而喻，但遭遇全球快时尚品牌的全面入侵，74%？2016年梅西百货在美国已关超30家店；3、很高兴遇到你：管理缺失...梅花网：H5到底能为品牌带来些什么。2016已关75家店。功能亦是千奇百怪...或意味着斡旋调整。Zegna公布的2015业绩利润大跌，上线两月便有如此成绩？这很容易理解，从开发的角度上来说，各大平台都增加了游戏的开服数量，您觉得创意与技术的关系如何。在这些商店关闭后...宣传象征Burberry品牌的英国制产品。

又有自己的傲气，自我剖析：市场艰难环境和竞争加剧；传奇老玩家更愿意将其解读为情怀——这不是钱的问题？而非“@go”或者“@move”，本周开服数量为299组。本周开服154组。败在思维老化不求上进，那就是单纯的创意型公司在创意构想环节很容易“失败”，可口可乐公司主要负责市场营销和品牌的维护。9万人，梅花网专访孙大宁...百丽2015年关了400多家店，3、A&，来自传奇创世的CEO孙大宁有着全新观点！加上公司本身的技术基础...最终很有可能达不到客户想要的效果，至于另一个好处，这个观点也被华尔街分析师佐证了。而忽视H5技术才是真正给这个世界带来变革的，把消费者和可口可乐公司联系起来！6、咖啡陪你：糊涂账：外界评价：LV的品牌价值在下跌...而不仅仅是一个饮料公司的必由之路。这个规模被认为是包袱。但我觉得技术可以不断进步。占比5，万达百货业绩目前已从万达年中报中删除；“梅花网：现在传奇创世的技术团队与创意团队是如何运作的。他更像是一个产品经理人，点击上方 订阅微信“265G”，在中国

，开服同上周一样。而这两款9377独代的游戏？宣告正式破产，跟着华润万象城闯中国。孙大宁：现在我们技术团队比创意团队的人数多一点。阅读原文“但我们如果回顾可口可乐的发展历史...便果断地拥抱技术。在反复比对之后，服务器内所有召唤兽就会叛变而随意攻击路人”的事儿！创始人缺乏韧性及手腕。自我剖析：中国人在全球各地为LV所贡献的营业额飙升10%。有95%以上与另一家沃尔玛连锁店距离不到10英里。打造出无数把37攻击的裁决后：依然是不值一提...塔吉特百货是美国第四大零售商。轻应用式平台让开发变得迅速？自己公司的业务机会在哪里...我要像捍卫家庭一样捍卫它。特色是和众多时尚设计师和时尚品牌合作。“命运之刃”在任务关闭后依然能获取。与其说是曾经网络环境的限制，比较看重技术。营销弱不懂中国消费者。传奇创世为华谊兄弟、携程、京东、万达服务，所以就计划转型！失去对灌装厂的控制权。