

固特异与京东达成战略合作 打造汽车后市场新型供应关系

12月1日,世界轮胎领导品牌固特异与京东宣布达成战略合作。未来,双方将建立产品专供渠道,固特异将为京东提供线上专供的轮胎产品。同时,国内十座城市的固特异品牌优质零售店还将与京东合作开展O2O业务,实现无缝对接。而京东则将开放运营、营销、大数据、物流、技术等方面能力,助力固特异进行互联网化。最终,双方将打造新型供应关系,为消费者提供更加便捷、高品质的轮胎消费体验。

固特异中国南区副总裁杨健表示,“就目前中国市场环境来说,轮胎产业迫切需要顺应‘互联网+’零售服务模式的消费升级需求。同时,电商在汽车后市场的重要性日益凸显,这也驱使我们不断进行渠道创新。而京东作为国内领先的电商企业,经过十余年的发展,已经积累了丰富的经验和优势资源。固特异此次与京东达成战略合作,将在中国开启全新的销售渠道,通过打造京东平台专供产品线并实现O2O运营模式



式,扩大固特异在中国的销售网络覆盖范围,为客户提供高品质的产品和服务。”

京东商城居家生活事业部汽车用品部总经理唐诣深表示,固特异作为国际知名轮胎品牌,拥有百余年历史,一直以坚持生产高品质的轮胎,提供一流驾乘体验为发展目标,这与京东的品质消费理念相契合。接下来,双方还将在培训共享、数据共享、售后共享等维度开展深度合作,这将使双方在服务用户和用户体验等方面做得更好、更专业。同时,京东将和固

特异在大数据方面深入合作,帮助固特异在产品设计、研发、消费者洞察,以及经营策略制定等方面提供更多决策依据。京东将通过共享大数据并提供精准的京东客户画像等服务,助力固特异详细了解轮胎用户的诉求,从而在市场竞争中占据主动。截至目前,京东已与腾讯、今日头条、百度等流量中心达成了战略合作,这将在社交电商、精准营销等方面为固特异提供更大的合作空间。

CCtalk网师

首次亮相世界互联网大会

12月3日—5日,为期三天的2017第四届世界互联网大会在乌镇拉开帷幕。作为唯一一个连续三次受邀参会的互联网学习平台沪江今年再度亮相,向世界展示了旗下包括CCtalk、沪江网校、互+计划等在内的互联网教育产品。



会议期间,实时互动在线教育平台CCtalk隆重举办“2017网师峰会——世界互联网大会专场”发布会,百余名网师共同见证了这一盛大峰会。

沪江创始人、董事长兼CEO伏彩瑞表示:“这是网师群体首次亮相世界舞台,让我们看到了共享时代背景下‘网师经济’的新趋势和新势能。未来,相信随着网师群体的逐步崛起,将可能带来中国教育的巨变,让教育变得更简单、更公平、更快乐。”

途牛发布

《2017出境游目的地增速榜》

日前,途牛旅游网结合预订数据、用户点评等指标,对外发布《2017出境游目的地增速榜》,为用户出境游提供更多参考。此次榜单评选了出境游人次增速最快目的地TOP10,分别为摩洛哥、土耳其、越南、柬埔寨、澳大利亚、俄罗斯、瑞士、丹麦、马来西亚、突尼斯。

途牛旅游网监测数据显示,截至目前,2017年预订非洲方向产品的用户与2016年同期相比增长了74%,其中超过八成的游客选择跟团方式前往非洲。摩洛哥、埃及、南非、突尼斯等成为最受游客欢迎的非洲目的地国家,其中摩洛哥、突尼斯快速升温。摩洛哥、突尼斯旅游市场的快速增长与其对华签证政策不无关系。2016年6月,摩洛哥宣布对华免签,2017年2月,突尼斯也正式宣布对华免签。入境手续的简化促使摩洛哥、突尼斯一跃成为非洲游“黑马”。

亚马逊国际滑雪馆全新升级



随着滑雪运动的蓬勃发展,除了滑雪人群激增,还呈现出两个明显的趋势:一是滑雪主题度假模式受追捧,滑雪不仅是一种运动,更是一种让全家人尽享自然馈赠、全面放松身心的旅游活动;二是消费专业化,越来越多的滑雪爱好者在雪场、技巧和装备的选择上,更加乐于分享,也更愿意信任安全可靠的国际品牌和专业人士的推荐。来自亚马逊中国的销售数据也直接印证了这些趋势,其滑雪选品近三年的雪季销售额均保持两倍左右的增长态势,销量增速最快的三大品类依次是雪镜、头盔、护具,尤其是护具品类的销量增长更是高达7倍以上。而且滑雪产品销量全数来自于国际品牌,更加专业的国际大牌备受中国消费者追捧。

《时尚3C》编辑邮箱 181644262@qq.com

消费升级新体验 OLED创新技术体验馆登陆“长三角”



国市场的普及速度注入了新的强大动力。

近年来随着彩电新技术的发展和国内消费者对品质生活需求的提升,苏宁在产品、渠道体验、服务等多个维度,通过OLED体验馆、OLED彩电品鉴会、彩电新技术论坛等方式加大对OLED倾斜力度,引领行业发展。笔者怀着一颗强烈的好奇心,也亲自来体验馆中一探究竟。

体验馆中陈列的OLED壁纸电视今年在中国上市以来,迅速成为了行业和市场的讨论度极高的热门新品,该电视屏幕厚度仅为2.57mm,可以像纸一样紧贴在墙面,是真正意义上的“壁纸”电视。如此薄如蝉翼的极致纤薄离不开OLED的自发光结构,OLED每个像素点均可独立自发光,不需要传统液晶技术那样的背光源,因此可以比其他显示技术产品更薄。此外,OLED还拥有深邃的黑色表面、超广可视角度、超高对比度等画质优势,因此被业界广泛认可为“下一代显示技术”。非常特别的一点是,这款OLED壁纸电视在待机状态下还能显示画廊、休闲等多种场景模式,无时无刻不透露着一种极具艺术性的视觉美感,不仅是一款电视,更是一件精美的艺术品。OLED壁纸电视正是凭借这样的设计优势和画质优势,实现了未来电视应该具有的最理想形态,透露着壁画般充满艺术气息的视觉美感,诠释了科技与艺术的完美融合。

体验馆中展出的屏幕发声的Crystal Sound OLED电视产品也是非常令人惊艳,颠覆性地摒弃了传统电视屏幕两侧或底部位置的发声单元,利用OLED结构特点在屏体背部增加了“激振器”(Exciters),让面板振动并发出声波。因此与传统电视相比拥有更具空间感、立体感、沉浸感的声场表现,实现了以往的电视产品所无法提供的音画合一视听体验。

此外,馆内还展示了由6张商用OLED大屏拼接而成的双面波浪显示产品,双面显示产品以及凹面OLED产品等形态各异的未来显示产品。而这一切都是基于OLED无可比拟的技术优势,如此颠覆传统电视概念的未来产品,给产业界带来了无限的想象空间,让“万物皆显示”的理念成为了可以预见的未来。到场参观的消费者也惊叹道:“这些电视以前只是在电影中看过!”

苏宁易购作为智慧零售的代表者,在推动OLED的发展中承担着场景打造、体验展示、市场推广等众多职责,也是消费者接触OLED黑科技的前沿阵地,OLED已经来到我们的身边,并且正在深刻改变着我们的生活方式。

量子点视觉嘉年华火炬在上海传递 消费者能量再积聚

2017量子点视觉嘉年华北京站于11月26日完美落幕,但是延续能量的火炬仍在继续传递,12月2日上海广场成为了接棒“选手”,并以此为据点引爆整个上海的量子点电视促销活动。在三星高端产品和TCL私人影院独立展区前更是聚集了大量的体验者,都想借此机会一睹高端量子点电视的技术优势。



三星Q9F得益于量子点镀膜技术的加入,可以在任何亮度下达到100%的DCI-P3色域的色彩,更好地利用了量子点技术电致发光的特点,不会因为亮度的变化而对色彩产生影响。为了保证在HDR画面下的良好效果,特意升级为HDR 2000标准。在外观方面,采用了类似于之前发布的TheFrame电视设计,简洁明了的360 Design外观设计,正反面简洁化一,背部隐形链接设计,壁挂状态如同壁画般。机身厚度仅为2.6cm。

与此同时,量子点嘉年华的另一个吸睛亮点便是TCLXESSX1/X2/X3/X6全体成员的集体曝光,借助本次嘉年华,在场的消费者更是零距离地体验了TCL高端量子点电视的视觉革新成果。私人影院X6更是为消费者打造了高端奢想的视觉体验。据悉,85英寸X6 XESS私人影院作为TCL高端副品牌XESS最新产品,是以艺术美学理念、奢华工艺搭配影院级音画技术打造出的旗舰产品。

十年传承 经典如一 心系天下三星W2018尊贵上市



2017年12月1日,三星电子携手中国电信,在素有“东方夏威夷”之称的厦门,举办了“心系天下三星W2018手机发布暨十周年群星公益盛典”。时光荏苒,心系天下三星W系列手机根植中国高端手机市场已经是第十个年头。作为十年传承的扛鼎之作,三星W2018不仅以全新匠心工艺进一步提升了产品的尊贵感,更以突显行业优势的高新科技为高端手机带来了新的解读。

心系天下三星W系列手机一直坚持“传承、创新、尊贵、思仁”的品牌理念,为高端人群打造既彰显尊贵身份,又展现时代前行方向的高端智能手机。三星电子大中华区总裁权桂贤表示,此次与中国电信携手打造颠覆高端市场的跨世之作——心系天下三星W2018,不仅是对传承经典的致敬,也是突破创新的又一里程碑。随着用户对前沿科技需求的增长以及国家对人工智能产业的大力扶持,心系天下三星W2018不但配备了诸多的高科技,同时,也成为三星史上首款搭载三星人工智能平台Bixby的高端翻盖手机,这一变化不仅会为用户带来创新性的移动体验,相信也将为消费者的生活带去全方位的变革。

Hisense 海信空调

好变频 懂湿度

海信变频空调 定义中国好空气

海信空调 变频专家