

格兰仕UOVO三代微波炉亮相AWE 颠覆惊艳高逼格



3月11日，全球家电第三大展AWE在上海启幕。格兰仕圆形智能微波炉UOVO三代一经亮相，其颠覆惊艳高逼格秒杀了众多镜头。由圆形变弧形，这是UOVO三代率先给予的视觉冲击和感官升级。格兰

仕介绍，弧形的工业设计，充分迎合现代消费者对美学的要求，充分保持产品的高颜值。

在甘于自我颠覆的同时，UOVO三代保持了向上开启的设计，更趋人性化。这个向上开启的设计，构筑一个开放的超大空间——“味来舱”。为用户打造了一个开放式操作平台，让UOVO充满烹饪魔力，它让用户不仅可以更便捷地制作蛋糕、披萨、曲奇、烤鸡等各种西式美食，还可以像明火烹饪一样实现炖、烤、煮、蒸和自由翻炒。

由定速到变频，这是UOVO三代在智慧互动的技术内涵。与UOVO一代相比，UOVO

三代拥有变频微波技术。这是人类首次在圆形微波炉上使用变频技术！

据格兰仕工程师透露，截至UOVO三代，UOVO家族已经拥有29项国际国内专利。其强大的核心技术和专利技术使得圆形微波炉UOVO作为国货的代表扬帆出海，斩获国际赞誉。

UOVO三代采用U8磁控管，加上激光焊接、真空浸漆的高导磁变压器应用，三维聚能促使加热更快更均匀，具有“节能达人”的先决能力，具备超一级能效的节能表现。这意味着，UOVO三代能以更快的烹饪速度、更少的烹饪耗电实现更好的烹饪口味！

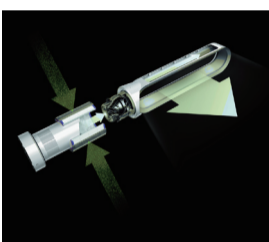
三星最美旗舰Galaxy S6 & S6 edge 登陆中国

在2015MWC上，三星电子正式发布新一代旗舰“双子星”Galaxy S6 & S6 edge，一场由创新科技和绝美设计掀起的智能风暴正在以闪电之势席卷全球。在相距全球发布不到1个月，这两款备受赞誉和期待的手机杰作如期登陆中国。国行版本的Galaxy S6 & S6 edge将于4月3日开启预售，并于4月17日开始正式销售。Galaxy S6 & S6 edge内嵌无线充电模块，只需放置到在通用的无线充电板上，即可随放随充。两款产品还支持“快速充电”技术，利用原装充电器，只需充电10分钟即可补充4小时*的续航电量。除此之外，侧屏的应用，让手机生活更具乐趣，背部传感器的拍照功能，挂断电话功能都极大的提升了用户使用的便利性。



戴森Pure Cool™空气净化风扇 保障你和家人的健康

戴森Pure Cool™空气净化风扇采用独特的戴森360°极细玻璃纤维HEPA (H-13) 滤网，能捕捉小至PM0.1的细微颗粒，并将其牢牢地锁在滤网中，而不是随后进入我们的肺里。冬季使用戴森Pure Cool™空气净化风扇可优化屋内的空气质量，保障您和家人的健康；夏季使用还能兼享冷风扇的功能，轻松拥揽惬意舒适。戴森微生物学家托比·萨维尔 (Toby Saville) 表示：“戴森工程师致力于打造一款高性能滤网，用于捕捉和滤除对健康极具危害的细微颗粒。我们反复地使用各种不同大小的有害颗粒（比如同时点燃228根香烟产生的所有烟气）来对360°极细玻璃纤维HEPA (H-13) 滤网，以确保其具有最理想的空气净化效率。”



各大主流电商上调免运费标准为哪般 1号店不升反降

面对各大主流电商纷纷上调免邮标准的集体动作，国内排名前三的综合电商平台1号店却偏偏反其道而行。其实，要做到免邮标准的不升反降，需要企业从很多方面做出努力。就1号店而言，从59元包邮下调至58元包邮，给消费者让利的每1元，都是通过有效匹配供应链的各个环节，对如SLC、品类仓运营、矩阵式分拣、降低库存周转天数、大波次订单处理、包装2.0、全程无纸化等一系列供应链项目的创新、优化，以及对成本的压缩实现的。此外，除了包邮标准的降低、范围的扩大，1号店在配送方式上还有很多诸如“准时达”“定日达”，上海地区的“全家门店自提”“1号店自提点”等创新形式，也在很大程度上方便了消费者，增加了在1号店网上购物的便捷性。

《时尚3C》编辑邮箱 181644262@qq.com

差异化路线赢日本市场 海信冰箱海外竞争力凸显

Hisense
海信日本株式会社

日本号称家电王国，对家电品质要求非常严格，市场竞争异常激烈。如今，海信冰箱凭借产品的差异化竞争力以及入乡随俗的营销方式，快速赢得日本消费者的认可。在刚刚过去的3月，海信冰箱与日本第二大渠道Edion集团达成战略合作，抢先进入该集团针对市场旺季制定的新生活销售套餐，并得到优先推荐。

据悉，每年3月是日本家电市场的一个销售旺季，日本零售商会根据这一需求甄选最优质的供应商组合新生活套餐，海信冰箱率先进入Edion集团这一供应体系。从2014年10月，海信冰箱即与日本第二大渠道Edion集团结成战略合作伙伴关系后，双方在产品开发以及市场推广等方面进行了全面的合作，取得了不错的成绩。

为了满足日本消费者的需求，海信选择了专门为日本市场开发产品战略。比如本次Edion集团主推的冰箱就是专门为日本市场开发的。该产品外观新颖，在使用便利性及节能等方面具备很多卖点，特别是无缝内胆以及开门传感设计是海信的独有卖点，产品上市后就受到日本消费者的青睐，特别是在年轻一代的日本消费群体心中海信逐渐占据一定的位置。

根据中国外文局对外发布的《中国国家形象全球调查报告2014》，海信成为海外民众最熟悉的十大中国品牌。在持续的品牌建设下，一直坚持根据当地需求进行产品创新和渠道优化，使得海信在海外市场越来越游刃有余。根据海关的相关数据，海信冰冷已连续三年稳居行业第一，表现出来不俗的竞争力。

海信科龙空调跨进工业4.0 这是家电必经之路

海信科龙空调作为空调行业的领军企业，一举一动都会引起媒体和公众的关注，特别是在今年以来中国家电市场步入



海信科龙空调江门生产基地生产线上的机器人正在作业

“下滑通道”，消费需求疲软的背景下，海信科龙空调顺德工厂的一些设备开始搬迁至江门生产基地，迅速在市场上引发无数猜测和联想。实际上，海信科龙空调江门生产基地，被业内认为是国内最先进的空调生产基地，开启了中国版工业4.0时代。

据最近公布的2014年报显示，报告期内，海信科龙空调业务收入约113.42亿元，占主营业务收入46.54%，同比增长22.84%，实现了逆势大幅度增长。更为重要的是，现有科龙空调顺德工厂产能已经无法满足整个企业的市场需求，必须要在新的平台建设更高层次高水平的现代化生产工厂。

目前已经投产的海信科龙空调江门生产基地，就拥有九条外机生产线、七条内机生产线、一条R290新冷媒生产线，是海信科龙空调在中国打造的首个“智能化工厂”，拥有JIT、VM等供应链运行方式及覆盖全流程的信息化手段，可确保高效运行和最佳品质。这在大大提升工厂生产效率的同时，也推动整个员工个人能力和水平的同步提升。

视游大时代 海信携手腾讯游戏开拓智能电视新蓝海

国内彩电巨头海信电视与腾讯游戏宣布启动电视游戏合作，双方将围绕“统一平台、统一操控、大屏定制、多屏互娱、社交属性”五大开发标准，共同打造“聚好玩”精品电视游戏体验平台。有专家分析：种种迹象表明，过去围绕客厅大屏的硬件之争或将演变为以电视游戏等精品应用为主的内容大战。

大游可为 视游产业前景可期

放眼全球市场，电视游戏规模占全球游戏行业比重维持在30%以上，预计2017年将增长至243亿美元，蓬勃的发展势头也吸引了众多游戏开发商、电视厂商、传统运营商投身其中，抢食市场蛋糕。



海信海视云CEO于芝涛表示，2014年海信智能电视累计激活量已达800万台，占国内主流智能电视厂商激活总量的26%，预计到2017年海信智能电视存量将突破3000万台，累计激活量会突破2800万台，其中游戏用户预计将突破1300万。

从海信《2014年游戏运营年报》数据看，智能电视游戏玩家中21—30岁的用户占比为63.4%，年轻化特征明显。年轻的用户，广阔的市场，将让整个电视游戏产业“大游可为”。

精品为王 五大标准改写行业格局

业内人士分析称，由于内容同质化严重、缺乏精品等原因，电视游戏很长一段时间都处于不温不火的状态，在此背景下，海信智能电视提出五大开发运营标准，不仅强化了海信在智能电视领域的整体竞争力，而且重写了行业发展的背书，用精品游戏内容满足了用户的需求。



海信 ULED曲面电视 荣耀上市

引领大屏普及风暴

活动时间：4月13日至19日

