

三星打造LOOKBOOK 用手机预言时尚潮流



大众乐于追求时尚潮流，而立于潮头的时尚先锋们更倾向创造时尚。源于时下大热的三星GALAXY S6 EDGE+与NOTE5带来的灵感，著名的时尚摄影师Steven Klein、V Agency的创意总监Stephen Gan、名模Bella Hadid和晓晓雯共同推出秋季时尚画册LOOKBOOK，用手机预言下一波时尚潮流。

时尚源于人性

“我最喜欢的功能之一是Video Collage（视频拼贴），你能够将4个不同的视频放在同一个屏幕里。”在LOOKBOOK中出演的晓晓雯钟爱于不同视角的时尚演

绎，三星GALAXY S6 EDGE+与NOTE5录像模式中独有的“小”功能，为晓晓雯带来了大惊喜。

时尚源于自由

“我喜欢三星Galaxy S6 edge+的分辨率。当我工作时，我发现自己总是用S6 edge+拍摄照片，在S6 edge+上挑选照片，因为照片在S6 edge+上看起来更加生动，色彩更鲜艳。”在Steven Klein的手中，手机成为了时尚的延伸，功能与设计成为了自由思维的翅膀，让灵感生于方寸之间。

时尚源于分享

“我很喜欢S6 edge+出色的摄像头和编辑特色，它们让我在Instagram上分享生活点滴变得更简单。”作为IMG签约模特，Bella Hadid对随时分享的自拍也要求颇高，而三星S6 edge+在她的眼中，成为了出色的摄影师，帮助她完成每一次时尚的分

偶像应援 借助众筹创造更多可能性

众筹这个概念现在对于互联网行业的人来说已经毫无陌生感了，虽然不能说已经在国内发展壮大，但不管是专业的众筹平台还是淘宝、京东等实质专注于电商产品运营的众筹玩法，已经诞生过很多成功的案例，而且品类覆盖面也算是相当广泛了。

由于工作的关系，最早接触众筹这个概念，是通过Kickstarter的游戏众筹项目，所以潜意识里一直有一种观点，不管是有形还是无形，众筹这个模式“做”出来的都是一个产品，从来没想过这个事情会跟偶像粉丝应援扯上关系。等到今年AKB48总选举前摩点、A站和贴吧一起做了岛崎遥香的总选众筹，才发觉这个模式一样可以做粉丝运营，而且不一定是官方运营，非官方粉丝团体同样可以借助众筹平台来实现一些过去单枪匹马比较难实现的目标。

对于偶像这个行当来说，粉丝应援是十分核心的一个环节。尤其是偶像在国内仍然是相当小众的市场，以48系这种群像聚合模式运作的偶像团体，粉丝全聚在一起的总量也就是勉强拿得出手的水平。虽然每年AKB48总选，各成员贴吧投票集资频频爆出惊人数字，对日本本土的总选结果都已经产生至关重要的影响了，发展也还算迅速的SNH48今年总选集资的表现也算得上是抢眼……但如果分散到各个成员身上，势单力孤的感觉其实是一直贯穿在各个粉丝团体心中的现实。

从摩点的众筹成绩来说，粉丝应援案例几乎被48系众筹垄断，而且全部取得了成功，而且大部分都是明显超额完成。SNH48总选的16个众筹项目总计筹资93万元，有4个筹资额超过了10万，众筹支持人数前三名则最终成为了此次总选的前三名。而更早些时候开启的，唯一的AKB48总选众筹岛崎遥香的案例下面，参与人数达到了2574人，这在全部品类的众筹项目里都是相当出色的数据。可见虽然众筹这个模式就偶像应援而言虽然新颖，但大家的接受度并不差，热情虽然暂时没法跟贴吧集资比，但作为起点的尝试已经是很不错的成绩了。

作为总选举投票集资渠道之一，贴吧集资显然比第一次亮相的众筹要更深入人心，而且因为直接和社区集合在一起，交流更直接、更热闹，粉丝内部的活动运作也更为顺畅。但资金安全和监管，一直是贴吧集资比较棘手的地方，且不说信任问题，组织集资、保障流程这方面的人力消耗就是相当可怕的。利用众筹平台，对于明票集资来说，因为有第三方介入，流



程、资金的透明度有足够的保障，运作流程也比贴吧+淘宝的集资要稳定，不会因为举报和已退款影响正常运转，也省掉了发货、确认收货这些电商流程的时间、沟通成本。从宣传层面说，众筹拥有美观清晰的包装，实时更新的金额人数，让粉丝们拥有更大的参与感与明确的目的性。作为粉丝应援的一个渠道来说，众筹模式对于总选投票这个活动，本身是有很好的契合度的，这在摩点的实际案例中已经得到了验证。

今年的总选举，摩点网还对于集资提供了补贴，对于SNH48和AKB48的核心粉丝群体来说，这是一种扩大投票资金的补充，同时因为毕竟众筹平台本身并不是核心粉丝聚集地，借助这个平台本身也有一定的拉新的功能，是对原有集资渠道的一个有益补充。另一方面，由于SNH48在国内有官方运营，实际上是可以实现官方平台的深入合作的，已经可以跨出非官方粉丝运作的领域，进行品牌级别的合作，以此来扩张整团的影响力，而不仅仅是个体成员粉丝团体的经营层面了。

偶像粉丝应援的一个强需求是聚拢零散力量来实现少数个体所不能实现的目标，而众筹平台从骨子里实际上也是这样的运作模式，让个体团队有一个平台能够把他们想做的事情展现给更多人，聚拢零散资金来实现原本做不到的事情。从这个角度来说，粉丝应援和众筹本身是高度吻合的。简而言之，众筹平台是一个创造更多可能性的平台，除了总选集资这种相对成熟的应援模式，实际上很多粉丝对于众筹还有一些更为直接的期待，比如通过众筹实现AKB48的中国演唱会这样的愿望。虽然这只是一个美好设想，其中有很多因素并非众筹本身可以解决的，但像总选后在摩点进行的SNH48陈思2015年生诞众筹计划，实际上也已经在实践更多样化的粉丝应援众筹模式。

由于可以更方便、更有保障地聚合更多人的力量，粉丝应援在与众筹的结合中，已经通过实践验证了确实是一种能够释放更大能量的手段，而且是一种无论官方还是非官方都可以有效运用的工具，可以把粉丝应援这种原本主要依托于社区的运作模式，扩张到一个更大的舞台上，实现更多以前难以做到的事情。这种关于可能性的积极预期，说不定能通过偶像之于娱乐界与众筹在未来产生一些值得期待的大事情。

TCL启动34周年感恩大回馈 高色域曲面电视首破6000元

9月8日，在一场别开生面的网络新闻发布会上，TCL集团董事长兼CEO李东生宣布，即日起TCL将隆重启动“TCL34周年庆——感恩回馈季，爱你一生一世”主题活动，在TCL34周年之际举全集团之力开展“感恩大回访”和“感恩大回馈”两大行动，与数亿用户共同分享34年发展成果。

据悉，整个活动将持续近一个月。期间，针对全国数千万用户，TCL将基于大数据分析，多渠道与用户连接并预约回访，包括李东生和众多高管在内的上万名服务及技术人员将登门一对一服务，为用户带来O2O一体化服务体验。同时，TCL将通过4万线下销售终端以及TCL官方商城、京东、天猫等多个线上销售平台，以强大的产品阵营、实惠的价格回馈广大消费者，其中55寸高色域曲面电视更是优惠至5999元。

O2O入口之争愈演愈烈，暴风加油站收揽上海海量商家



暴风加油站CEO王晋和上海多家渠道合影

上月底，暴风科技最新孵化的创业项目“暴风加油站”召开发布会，正式发布他们基于高性能Wi-Fi服务器、依托暴风科技视频资源和娱乐服务的产品暴风加油站。在发布会当天，暴风科技CEO冯鑫对媒体表示：“暴风加油站”将用崭新的方式打造O2O的服务模式，其战略目标是搭建在主体运营商之外的中国局域网运营商，通过线上的服务创新，来解决线下人群的需求。

据了解，在“暴风加油站”这款产品发布之后不到两周的时间，已经有多个省市的客运中心、长途客运站，数十个国内连锁品牌与暴风加油站进行了合作洽谈。这些意向合作机构应暴风加油站之邀在上海环球柏悦酒店参加晚宴，并对合作意向进行深入的洽谈。

2015林内新品发布会暨经销商大会隆重召开

近期，成立于1920年的林内集团在上海召开了2015新品发布会暨经销商大会。这是一个品牌专注燃气具研发制造长达96年，与时俱进把握消费需求，最终成长为全球综合热能器具行业的引领者的故事。毋庸置疑的是，作为行业“工匠”，林内集团“匠”心比心的研发制造理念也备受外界关注。

“一直以来，我们林内的企业使命就是要通过‘综合热能器具’的制造、创新为人们创造‘舒适的生活’，我们所有的努力都是围绕‘人’而言，必须具有‘匠’心比心的态度、彻底的执行，才能做出最精致适用的产品。”上海林内有关负责人表示，匠心意味着专注，对于完美制造技艺的不懈追求，在嘈杂的世界中，坚持安静的自我，让精益求精的技艺发挥到最佳，服务到每一位消费者。

韩国知名喜迪世 (SIDIZ) 品牌店于上海隆重开业



9月10日倍受人们喜爱的韩国座椅品牌喜迪世实体店于上海隆重开业。喜迪世是韩国广受欢迎的椅子品牌，创造该品牌的企业是拥有独特背景的震喜家具有限公司，是中国知名家具品牌震旦集团(AURORA Group)与韩国知名品牌福喜世(FURSIS Group)在上海合资成立的专业的家具类公司。喜迪世充分利用人体工学的原理，当人们坐在椅子上的时候，不仅对健康有帮助，而且还能让人以一种舒适的姿势工作。不仅是外观，椅子的功能、使用合理的材料和施工方法均满足人体工学条件。不但能允许姿势的变化，就坐时减少肌肉的移动，而且能减少对脊椎的负担和压力。喜迪世椅子将这些有效成果带入人们的生活，真正为消费者提供了科学座椅方式。

《时尚3C》编辑邮箱 181644262@qq.com

Hisense
新电视 新生活



金秋选海信 智慧大不同
海信超级福利日 尽在9.16-20号

上海·海信电视专柜