

海信演绎“野蛮人逆袭” 精准医疗设备助连体婴儿分离



复旦大学附属儿科医院小儿外科副主任董浩然教授详细讲解手术过程

随着中国家电行业进入“低毛利时代”，众家电巨头纷纷开始了转型的步伐。前不久，电视行业龙头品牌海信，发布了两款精准医疗产品，粗暴闯入医疗产业，加快了向科技企业转型的脚步。近日，这两款产品迅速取得了令人瞩目的成果。

1月12日，借助海信计算机辅助手术系统（海信CAS），复旦大学附属儿科医院为一对连体男婴顺利实施分离手术，成功化解了“控制出血”这一手术最大难点，5个多小时的手术，最终出血量仅为30毫升——开创了国内利用计算机辅助系统帮助连体婴儿分离的先河。

“这是一例非常特殊的连体婴儿案例，胸腹连体的男婴除了肝实质相连外，还有异常的肝内血管相互沟通。”作为执行手术的专家，复旦大学附属儿科医院小儿外科副主任董浩然教授对海信计算机辅助系统给予了充分肯定。手术团队首次启用了海信CAS，采用混合成像和分割技术，术前清晰“再现”了连体婴儿肝内三种六套不同血管的走形和相互沟通的立体情况，并精确计算出分离边界，更精准实现了连体婴儿的成功分离。

“我们希望扮演产业的野蛮人。”海信电子医疗技术带头人高川博士再次强调了海信在医疗电子板块上的野心，从经验医学到精准医疗，最大的特征之一，是未来的医疗无处不显示，做电视起家的海信，在显示技术上，已有40多年的沉淀，一进入精准医疗产业，就占有了极强的技术优势。

高川透露，目前，海信精准医疗的两大系统已经进入北京301、北京医院、清华长庚、复旦儿科、四川省人民等医院，借助该系统完成的手术已达700余例，产品正在向更广泛、更深入的数字医学领域进展。

业内人士分析，海信进军医疗电子之所以如此迅速建功，是借助其千亿级企业的资源实力及多年的技术积累，让他们一进来就处于一个相当高的起点，同时再复制其在智能交通、光通信等已经做到全国第一的B2B业务模式，海信在医疗板块将有很大的提升空间。

途牛与迪拜旅游局独家战略合作 迪拜高端游及首付出发产品上线



1月21日，途牛&迪拜旅游局独家战略合作备忘录签署仪式在上海举行。会上，途牛同步推出了多条迪拜高端游产品以及由途牛金服支持的“首付出发”迪拜产品。

根据途牛与迪拜旅游局达成的5年独家战略合作协议，双方将共同策划开展丰富的营销合作，设计打造品类齐全的迪拜旅游度假产品，吸引更多中国游客通过途牛预订前往迪拜旅游。途牛预计在2016年将为迪拜目的地带来20000人次游客，并实现每年客流量增长20000人，争取在2020年，达到全年100000人次的游客总量。此次合作有助于加快迪拜旅游对中国市场的拓展，也将推动途牛出境游优势的进一步扩大。

发布会现场播放了前期途牛与迪拜旅游局合作拍摄的“老于推荐”迪拜之旅宣传片，真实展现了迪拜丰富多彩的文化，其独特的阿拉伯风情、奢华的建筑给观众留下了深刻印象。

1号店美国生鲜馆开馆上线

2016年1月21日，1号店美国生鲜馆开馆仪式在上海外滩27号罗斯福公馆举办，超过500种美国生鲜产品“新鲜”登陆，中国消费者即刻可以通过1号店随时随地选购这些跨越太平洋而来的美国生鲜了。

美国驻沪总领事馆总领事Hanscom Smith史墨客致开幕词，并与1号店首席商品官Ben Hassing雷斯博、1号店商品部副总裁曹薇、美国驻上海总领事馆农业领事Valerie Brown布蔚薇、美国驻上海总领事馆农业副领事Katherine Woody吴玫莉等到场嘉宾共同见证了这一时刻。会上，1号店还与美国驻沪总领事馆农业贸易处签署战略合作协议，宣布将共同联手，不断把更多更新的优质美国生鲜产品引进中国。

淘在路上首设店铺系统 商业化运营取得阶段性成功

淘在路上的“店铺系统”（内称“商户店铺系统”）已与上月底首次接入商户。其首轮接入的十几家商户都是之前做过一邀约的核心商户。界面方面，则只保留最有必要的模块，更加简单明快。“店铺系统”也为商户提供了标准的模板以供使用。对此，有业内人士分析认为，店铺系统的上线意味着淘在路上商业化运营的阶段性成功。

据介绍，此次接入的商户均为中型体量的商户，将可享受到自主投放店铺红包、自主策划线上促销等运营活动、自行调整店铺内橱窗推荐位等福利。除此之外，商户还可以给自己的用户群每月群发四次消息，促成二次消费。而对于用户来说，一方面可以收藏店铺，接受店铺信息；一方面由于商户从原来的隐名阶段变为显名阶段，促使商家提升服务品质，用户的体验也得到了改观。

《时尚3C》编辑邮箱 181644262@qq.com

多聚好玩青年节嗨翻杭城，好玩时代已经来临

近日，由全网最好玩的活动社交平台多聚APP主办的2016好玩青年节在杭州拉开了序幕。在一场活动中体验到如此多的项目，对绝大多数人来说，这可能都是头一次，但绝对不会是最后一次。在这场好玩青年节上，每一个到场的人都化身成为“老饕”，让好奇之心终于有了一顿饱餐，享受DIY手作、全新互动体验、好玩音乐、炫酷极限运动带来的奇妙体验。对于到场的各路达人来说，好玩青年节也是他们的盛典，也许从此以后可以代表一种全新的生活方式走向大众的视野。

DIY手作也可以成为大众新宠

近年来，很多手工制品和手工艺相关内容开始进入大众的视野，“纯手工”“传统手工艺”已经成为部分人争相追捧的关键词，工业化越发达，人们越怀念传统手工艺带给生活那最实在、最古朴、最真实的感觉。有需求就有市场，有市场就会有人掏钱买单，在好玩青年节现场，用户排队等候参与手工艺达人线下体验课程的现象强有力地印证了这个观点。

而此刻，对于拥有一门手工艺的达人来说更需要一个孵化器，这便是好玩青年节主办方多聚APP顾海川口中的“出口”，“这个‘出口’得非常宽，非常有实力，有很多资本和经验可以给到达人，多聚APP就是这样的一个出口。作为城市活动的主题之一，我们非常看好DIY手工艺，随着时间的



沉淀，手工DIY也可能成为大众新宠。”顾海川如是说。为城市好玩生活打一个压缩包

在现场，笔者了解到本次好玩青年节限量门票仅售40元，一次性可以体验总价过千的涂鸦、迷宫、达人集市、多种户外运动、集装箱探秘、超嗨派对等多个项目。多聚将好玩的城市生活打包植入好玩青年节，让用户一次体验。

多聚APP市场总监胡啸峰告诉记者：多聚策划这次活动不是为了盈利，而是为了让更多没有体验过好玩活动的年轻人可以感受聚会活动的乐趣，走出家门，从线上走到线下来，更多地感受城市生活的乐趣。

走出城市生活疲乏困顿之境

除了被好玩青年节的号召力影响，用户来到现场还有一个更重要的原因是城市生活的疲乏，让他们急需一些新鲜的活动方式。传统吃饭、K歌、看电影的聚会方式在90后的心中已经显得老套且无趣，城市生活有时会令人倦怠沮丧，无聊至极。

好玩青年节所倡导的有趣的、好玩的生活态度与受众的认知达成共识，而多聚APP的发力点也在于此，培植城市生活兴趣的土壤，为各类兴趣达人提供一个聚合的平台，让城市生活走出疲乏困顿之境，让城市生活回归到有趣的本质。

国美华为开启深度战略合作



1月16日，国美电器总裁王俊洲率队与华为消费者BG CEO余承东团队在深圳华为工厂会面，双方达成2016年全面战略合作意向，双方的会面围绕2016年的合作方向进行了深入探讨，尤其在供应链建设、差异化产品合作、单品供货支持，以及售后服务项目等内容上达成共识，实现国美与华为之间的全方位无缝对接，更好的满足用户需求。

国美总裁王俊洲表示，2015年华为产品在国美的销售超额完成预定目标，一方面来自于华为对优质产品的打造，另一方面来自于国美在全零售战略下实现转型和突破，使得国美在相对低迷的市场环境下实现销售业绩的逆势增长。

据悉，双方在会议中对过往的合作进行了总结和探讨，对供应链和终端建设问题进行了详细研究，计划2016年彻底打通供应链，保证货源的稳定，同时国美将对全国门店华为品牌专区数量提升至1000家，促销员数量增加至800名，通过供应链的打通和终端建设的发力实现战略目标的达成。

国美一直着力打造完善售后服务体系以提升消费者的消费体验。在未来的合作中，华为将授权国美在门店建设品牌售后服务专区，完善对顾客售前、售中以及售后的全方位产品服务。双方将共同提升消费的购物体验来拉动销售增长。

乐视生态模式完美落地印度 生态手机欲颠覆印度手机市场格局

乐视超级手机在国内智能手机市场刮起的生态风暴现在复制到了印度市场。1月20日，LeEco在印度古尔冈Kingdom of Dreams举行首场大型发布会，正式宣布乐Max和乐1s在印度市场开售。

乐Max和乐1s均是乐视超级手机在国内手机市场上的明星机型。其中，乐Max自推出后就一直稳占3000+价位销售冠军，而乐1s目前单月销量破百万台，是手机市场上最受用户青睐的机型。

据悉，LeEco将会于2月2日在印度最大的网商平台Flipkart上举办乐1s独家抢购。而对于高端机型乐Max，LeEco会于2月16日举办Flipkart独家抢购。2月2日使用Axix银行卡购买乐1s的用户，可以获得10%现金返还。另外，由于乐1s是库存仅有60000台，消费者需要从1月21日期开始注册抢购名额。

印度当地分析人士表示，LeEco在印度面对的是巨大但混乱的市场，而LeEco的举动，包括启动颠覆性的市场战略以及建立独一无二的生态系统，都已引起市场的极大兴趣。正如LeEco印度的COO Atul Jain所言：“我们面对的是世界上最有潜力的市场，而LeEco希望能在这里延续传奇。”

Hisense 海信空调

海信VVI喷射变频技术
-20°C制暖不衰减

上海各大连锁卖场及专卖店均有销售



温暖
送上门
寒冬何所惧