

韩庚携手三星Galaxy A9 (2016)春节送福利

1612、1613

16

海信·时尚3C

“十年庚心，9久相伴”，韩庚携手三星Galaxy A9 (2016)给小伙伴们送福利啦！2016年1月28日至2月13日期间，凡是在京东平台成功购买三星A系列手机，就有机会赢得三星手机和韩庚定制礼品。

十年前他在韩国以歌服人，十年后他在中国以戏感人。在粉丝的陪伴下，韩庚十年如一日地默默努力，一直蜕变。为回馈庚粉一直以来的支持，韩庚携手三星“A”系列手机为小伙伴们送上多重惊喜。

据了解，1月27日至2月13日，凡在京东购买三星Galaxy A (2016)系列手机的用户，可在2月24日10:00参加三星活动页面的转盘抽奖活动，奖品为10台三星Galaxy A5 (2016)、200套【韩庚书籍



《夜伴三庚》+专辑《三庚》】大礼包。

三星Galaxy A (2016)主张“不玩不快”，性能配置全面进阶。大屏幕与大电池强势登场，5.2英寸2900毫安时的Galaxy A5，5.5英寸3300毫安时的Galaxy A7，6英寸4000毫安时的Galaxy A9，每一款都是真正的年轻实力派。值得一提的是，作为三星A系列的旗舰机型，Galaxy A9 (2016)的性能配置全面冲冠，配置高通骁龙620处理器、3GB运行内存+32GB机身内存、800万前置摄像头等，将不玩不快发挥得淋漓尽致。

精灵黑、皓月白、魔幻金、女王粉四种颜色京东商城任性选。这个春节，不仅有三星Galaxy A (2016)，还有韩庚的《夜伴三庚》书籍、《三庚》专辑陪伴我们，真是幸福满满！

三星“烹制”有爱的年夜饭，品道私厨系列冰箱沪上亮相

日前，三星2016年新品冰箱品鉴会上海站顺利举行。活动以“有爱的年夜饭”为主题，展示了三星多门冰箱品道私厨系列、蝶门·美食窗系列两款新品冰箱。同时，活动还邀请了具有海派特色的知名厨师，借助烹调年夜饭的形式，向活动现场的媒体和嘉宾介绍了三星2016年新品冰箱在无霜保湿、高效蓄冷、极致控温上的出色表现。

此次品鉴会上海站展出的两款新品冰箱，无论是风格设计还是内部功能应用，都把对生活的品质追求与家电时尚外观合二为一。新品冰箱延续着三星对于家电一贯持有的高品质路线，围绕绿色新鲜、精湛设计、人性智能三大核心价值，在制冷、控温、不串味等多个方面对产品进行了升级和改良。以满足消费者日益增长的需求。

绿色新鲜——冷藏科技锁住新鲜滋味

作为新品冰箱首个被提出的核心价值，冰箱通过无霜保湿三循环和无霜保湿双循环制冷系统，使冷藏室、冷冻室和宽带变温室，三个间室独立循环，提高制冷效率，实现保温保湿不串味，保证食材的绿色新鲜。

在冰箱内壁选材上，“品道私厨系列”冰箱采用金属匀冷却技



三星品道私厨冰箱沪上亮相

术，通过金属传导实现冰箱内部均匀制冷，保证冰箱内部温度的恒定，进一步提高了冰箱的保鲜效果。

精湛设计——方寸间尽显奢华品味

为了搭配出色的设计艺术，此次全新推出的“品道系列”冰箱依然选用“品式”多门结构，让每一个部分空间都能实现独立的存储功能，根据食物种类各司其职，精准存储。同时，冰箱外部采用金属工艺面板，能够适应多种家居风格，展现品质生活。嵌入式把手搭配冰蓝LED镜面显示，将生活与艺术实现完美融合。位于冰箱右下方的宽带变温室可调节温区设计，分为冷藏、生态保鲜、干爽保鲜和冷冻四挡，整个间室可在2°C到-18°C-23°C间调节，最大程度保持食物良好的色泽口感和营养。

此次品鉴会上，嘉宾们和大厨都对三星冰箱的卓越性能赞不绝口。而通过现场品尝年夜饭美食的方式，让此次品鉴会充满浓浓的年味儿。值得一提的是，为了配合此次新品冰箱的上市，2016年1月15日至2016年2月29日期间，凡在上海、江苏、浙江、安徽区域购买新品品道私厨系列和蝶门美食窗系列的消费者，均可获赠13件套玻璃乐扣一套。

春节假期引爆出游热潮 赏梅祈福过新年

伴随猴年春节进入倒计时，周边游、国内游全面进入报名高峰。与往年相比，越来越多的市民热衷于带着家人旅游过年，体验别样“年味”。途牛旅游网华东大区执行副总裁顾大鹏表示，春节期间家庭出游成为主力军，两至三天行程的短途周边游受宠。同时，出境游预订已接近尾声，跟着汇率去旅行尤其流行。截至目前，除夕前三天以及大年初二至初四出发的旅游产品最为抢手。价格方面，普遍比平时上涨20%左右。近日，“霸王级”寒潮席卷全国大部分地区，多地不仅刷新了入冬以来的最低气温纪录，还开启了“降雪模式”。不过，顾大鹏表示，寒潮进一步催热了东北冰雪游和南方“温暖游”，“北上滑雪、南下避寒”已是春节期间国内游最热门主题。

微鲸电视加入阿里淘宝“年货节”，把优惠让利给消费者



微鲸电视本次天猫年货节的两款产品，分别是有着“小钢炮”之称的43吋电视以及拥有超大屏幕的55吋电视。43吋电视新年价为2098元，确认收货后还能再得50元的红包；而55吋的电视优惠更是空前，在4197元原价基础上给力直降500元，以3697元的超低价格震撼发售，同时最高还可再抢400元的红包。其中，这两款电视的发售价格中，43吋电视和55吋电视分别包含赠送的一年、两年的微鲸会员服务使用权，让用户免费观看超8500部电影、超10万集好剧的海量节目内容资源。

快乐启程，从自“煮”开始

近期，高端厨电品牌“Arda安德厨电”发布2016年度美味计划：每个爱“煮”之人，都将有机会在位于上海凯旋路上的安德旗舰店里大展身手，成为一店之“煮”；每一天，都将成为一份快乐自“煮”的美味时光。快乐自“煮”美味计划囊括了私房家宴、优雅饕餮、设计烹饪、潮流时尚和美味童趣五大主题。“此计划是将Arda安德厨电一直以来致力于推崇的快乐自“煮”烹饪理念变为每一个人的亲身经历。在一个艺术与温馨色彩交融的空间里，烹饪自己最拿手的佳肴，招待朋友和家人，在分享美食的同时找到属于自己的烹饪乐趣。”2016年对于Arda安德品牌来说，将是一个美味之旅。在Arda安德旗舰店里，将会产生怎样有新意的美味，发生怎样有欢笑的故事，见证怎样有感动的时刻，这一切都将从快乐自“煮”开始。

《时尚3C》编辑部 181644262@qq.com

海信发布2015电视产业年度报告：中国品牌崛起

1月24日，海信在北京发布2015电视与未来年度报告，报告展示了2015年彩电行业发展大数据，同时也对2016电视产业发展趋势进行了解读。2015产业发展数据显示，2015年全球彩电市场销量下滑的形势下，中国品牌逆势增长，竞争格局巨变；显示技术依然是品牌竞争的核心；用户智能电视消费习惯养成，未来运营空间巨大。

竞争格局演变：“中日韩”变“中韩”

2015年，全球彩电市场格局悄然发生变化，日系品牌日渐式微，中国品牌迅速崛起。美国全球统计机构IHS公布的数据显示，2015年前三季度，海信电视全球销量占有率为5.8%，超越索尼，跃居全球前三，全球五强品牌中国品牌占据两席。

国内彩电线下市场表现看，中国品牌依然保持领先。根据中怡康统计数据，2015年，海信液晶电视的零售量和零售额占有率分别为：16.71%、16.51%，双双高居第一位，并超出第二名两个百分点以上，至此，海信平板电视已经连续12年高居行业第一位。

2015年，相继10多家互联网电视企业进入中国彩电市场。海信认为，互联网品牌对市场的冲击是有的，但率先完成智能化转型并拥有深厚技术底蕴的传统企业依然可以保持自己的领先优势，电商不是互联网品牌的绝对领地。截至2015年12月27日，中怡康线上监测周报年累数据显示，海信线上市场零售量和零售额的占有率分别为14.0%和14.5%，双双高居第一位，超出第二名4个百分点。

消费升级用户需求更加追求“高大上”

2015年消费者需求呈现出“高大上”的特点：高品质、大尺寸和上等体验。外观、画质、产品质量、内容、配置、智能系统是消费者购买时考虑的关键要素。外观、画质最受用户关注，提升外观工艺、提升画质水平是彩电企业后续非常重要的创新方向。

超大屏需求增长空间巨大

2015年，消费市场对超大屏电视的需求快速增长，65寸、70寸等超大屏市场的增势更为显著，在过去的一年里，70寸的市场份额增长了一倍以上。其中激光影院电视将进一步激发用户对超大屏电视的需求。

智能习惯养成视频、游戏、教育、购物成主流

中国电视用户的使用行为已经发生变化，2015年，用户使用智能电视的平均时长为3.5小时，而且有52%用户有使用智能电视的支付意愿，用户已经逐步接受视频、游戏、教育、购物等付费内容。由此可见，中国用户不是不看电视了，而是开始习惯使用在线电视。海信海视云针对1582万智能电视激活用户的研究数据显示，视频点播、游戏、教育、购物成为最受欢迎的应用，未来客厅经济的雏形已初步呈现。



海信冰箱·倍多分

多空间 多分享 生活倍新鲜

倍多分

创新十年，9层存储空间
智能变频，无霜保鲜
分区保鲜，分区制冷倍新鲜