

冲刺年度四亿目标，TCL电视联袂华东大润发构建立体式营销矩阵

6月13日，TCL电视携手大润发、飞牛网在上海隆重举办2016年战略合作签约仪式，并启动战略合作后的首次营销战役，三方强强联手，构建线上线下一体化营销模式，以TCL高科技、高品质新品电视为载体，冲击中高端电视市场格局。签约仪式云集了三方阵容强大管理团队，大润发营运长林澄洲携华东各区总，华东大润发商品部百货副总经理曾煥博携其家电采购团队，飞牛网事业部拓展部总经理袁彬携线上采购团队，TCL多媒体副总裁、中国区销售公司总经理李璐携商超、电商销售中心总经理及华东各分总等联袂出席。会上，李璐、林澄洲及袁彬分别阐述了战略合作规划，对营销首战进行了动员，并代表各自企业签署了《TCL电视&大润发&飞牛网2016战略合作目标签署暨营销首战目标责任书》。

林澄洲现场接受采访时表示，大润发今年的目标是突破1000亿元，其中家电要突破100亿，这就需要更强大的战略合作伙伴，提供更具竞争力的供应链支持。而曾煥博指出，TCL电视拥有上游华星光电面板，产品技术研发、制造优势及下游与乐视、腾讯等企业



TCL李璐(中) 大润发林澄洲(右) 飞牛网袁彬(左) 签署战略合作目标责任书

联合打造的强大内容生态，是国内唯一拥有“屏-芯-智能终端”垂直产业链一体化的企业，是大润发的理想伙伴。今年，华东大润发与TCL电视将展开从产品结构优化、线下终端形象升级、市场营销策划、线上线下一体化协同等全方位战略合作，挑战2016年4个亿的目标。林澄洲更透露，华东大润发将为TCL电视提供政策的倾斜支持，包括场地、档期、运营团队等倾力支持。

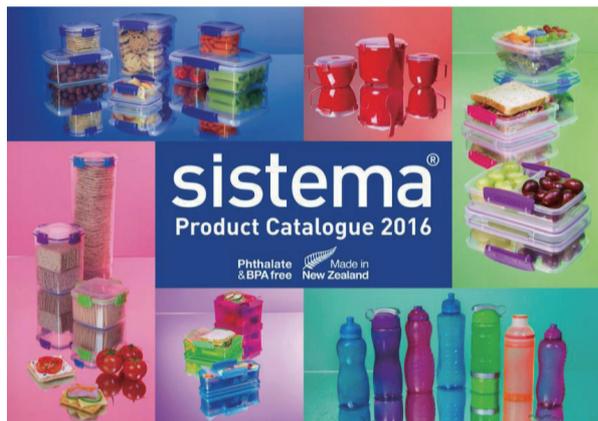
“我们希望通过此次战略合作，强化和提升TCL电视线上线下一体化的立体式渠道布局和综合竞争力。”李璐在接受采访时表示。据了解，在2015年经济下行的背景下，TCL液晶电视在国内取得了销售871万台、增长2.4%的好成绩，全球销量更突破1734万台，同比增长4.6%，位列全球第三。李璐指出，TCL电视市场的佳绩，离不开大润发等渠道伙伴的鼎力支持，尤其在线下，TCL曲面电视、超薄电视等中高端产品取得了全面的突破和爆发，占比远高于线上销售，有力证明了线下市场对中高端产品销售的巨大推动力。

“大牌”驾到 Galaxy C 上海辉“影”成趣

能凭借颜值和实力让众多媒体人士为之齐聚一堂的，不止是上海国际电影节，同样还有被称为完美得“刚刚好”的三星颜值实力新机Galaxy C。6月16日，三星通过一场别开生面的体验会，让20家核心媒体及知名媒体人，现场近距离见证这款“颜值爆表，实力非凡”的手机新星的“影帝”气质。三星Galaxy C在外观设计上造诣颇深，采用业界领先的0.45μm的喷砂处理，让金属质感如肌肤般顺滑；三星设计师巧妙地将侧边棱线与转角弧度进行融合，小小细节的处理“巧夺天工”，更能提升持握感受。三星Galaxy C为了给用户带来更好的移动支付体验，拥有“刚刚好”的支付宝一指秒付功能。只要安全绑定支付宝，手指滑动开启Samsung Pay支付界面，在指纹认证后，立即可以扫码完成支付。



Sistema, 你的饮食好助手



健康，属于每一个对生活有着热情与懂得如何享受的人。忙碌的都市白领，每日面对餐厅和外卖，想吃到自己亲手制作的食物真是难上加难，作为来自新西兰饮食好助手——Sistema，却有办法解决如此难题。源自意大利语的“秩序”的Sistema，遵循“让一切皆有秩序”的产品理念，制作精良，设计聪明巧妙，让人在存储食物时拥有完美体验。

Sistema不仅有健康饮食的Microwave微波炉系列，还有新鲜有趣的午餐系列，随享美味的To Go便携系列，更有方便日常存储的经典系列与时尚装备-Hydrate饮料瓶系列。作为你的

饮食好助手，Sistema随时随地都能让你享受营养健康的美食。

健康饮食——Microwave微波炉系列

专用烹饪产品Microwave微波炉系列更容易更快准备膳食，可用于蒸蔬菜、鱼和肉，以及烹饪汤羹与面条。为了更好地确保食物烹饪的安全性，Sistema微波炉系列升级至可承受高达140°C的高温，目前市面上绝大多数微波炉容器都只能承受110°C的温度。与所有Sistema产品一样，此系列产品同样安全适用于冰箱，便于存储事先准备好的饭菜或所需保鲜的食品。



欧洲杯开战火爆，空调业看海信一球成名



海信亮相法国欧洲杯比赛现场

2016年欧洲杯越战越热，一场场足球豪门盛宴在法国巴黎圣丹尼斯球场上演。欧洲杯开战，恰逢空调市场旺季，海信“一球成名”引发行业围观：中国品牌海信的广告持续出现在全球球迷面前，这是欧洲杯56年来第一次迎来中国赞助商，海信的广告也

将在未来1个月内出现在全部51场欧洲杯比赛中。

对于空调行业来说，“技术派”的海信通过技术的积累、自主创新促进了变频空调产品的迭代，打破了日本等国外企业对变频技术的垄断，勾勒出了中国空调产品发展的轨迹。

今年以来，海信率先发布了行业能够360°全角度智能送风的“炫转”空调、健康美颜的“珍珠”空调、欧洲杯纪念产品“小炫风”空调，给市场提供了高技术、高品质的差异化精品，也推动着中国空调业由定速向变频为主导的快速转变。

对于中国企业来说，作为国际化正崛起的新兴力量，中国品牌全球化迎来了历史性时刻。当前，海信正通过以欧洲杯为中心的体育营销正加速推进国际化、高端化两大战略，给处于调整转型期的空调业带来了暖流和路径引导，也意味着中国企业国际化进入了品牌出海的更高层次，给国人带来信心。

海信的欧洲杯赞助权益将持续到2018年。伴随欧洲杯赛事的推进、品牌持续曝光，海信在全球的品牌的影响力将跃上新台阶，也在为我国空调业孕育新动能。

618天猫革新电商模式 微鲸领跑创意营销

在6月初，微鲸电视通过一篇内容丰富的资讯类文章，在既没有打折，也没有付费流量的情况下，为店铺带来了一场聚划算的流量，一天卖出上千台电视，这个创意至今也被多个品牌仿效。6月14日，初试牛刀的微鲸电视在天猫直播了一场4K颠球挑战，同样开启了视频直播内容创新的新尝试。

4K，是微鲸的核心特点：微鲸50英寸电视采用了RGB真4K屏幕，使得其清晰度和分辨率表现出色，让细节尽收眼底。颠球，邀请花式足球第一人谢华进行2小时4000下颠球挑战，与微鲸4K核心品质达到了完美契合。又邀请了美拍当红主播苏黎黎到现场进行解说与互动的直播形式，向受众传达微鲸精益求精。

2016年我国在线出境游规模将超495亿元

6月15日，Analysys易观智库发布的《中国在线度假旅游专题研究报告2016》显示：2015年中国在线出境游市场交易规模达到282.68亿元人民币，增幅远高于国内游，2016年交易规模将突破495亿元人民币，增长率预计达到75.1%。同时，我国在线出境游市场集中效应明显，途牛以31.9%的市场份额位于行业首位。Analysys易观智库分析认为，出境游市场以跟团游为主，2015年途牛以30.8%的市场份额位居中国在线度假旅游跟团游首位，具备较大竞争优势，未来将维持强劲增长局面。

《时尚3C》编辑邮箱 181644262@qq.com

海信ULED超画质电视

打开电视 去现场

EURO2016 FRANCE

2016年欧洲杯全球赞助商