

乐视、酷派发布首款cool1 dual生态手机,引领手机行业进入生态时代

2016年8月16日,在北京乐视体育生态中心,乐视和酷派正式推出cool品牌,并发布双方合作的首款新品:cool1 dual生态手机,开启了手机行业的生态时代。cool1 dual生态手机以其双1300万真双摄、高通骁龙八核MSM8976处理器、4G内存、4060mAh高密度大电池,及丰富的生态内容,为全球年轻人带来生态世界的新入口。

cool1 dual生态手机共有3个版本,分别为:标准版3GB+32GB版1099元,乐次元会员版4GB+32GB版1499元可享半年会员,4GB+64GB版1699元可享一年会员,引领生态时代,让性格青年共享生态世界。cool1 dual生态手机将提供百万台现货,于8月16日18:00,在乐视商城、京东商城、酷派商城开启预约。另外同步推出cool1 dual华晨宇火星限量版手机,这让华晨宇的粉丝们拥有专属的和自己偶像交互的生态世界。该版本机型特定制华晨宇·火星独家签名镭雕ID。

酷派总裁李斌指出,酷派在过去23年中,曾经创造中国手机的辉煌。在即将到来的生态时代,酷派将转型互联网生态硬件公司,与乐视生态充分分化,推动产业向生态时代发展。乐视联合创始人/副董事长、酷派集团执行董事刘弘表示,乐视、酷派将实行双品牌战略,在专利资源、产品资源、研发资源和生态资源上,甚至供应链资源上密切的协同,在协同化反的同时,也将确保有足够的独立创新。

值得一提的,原华为荣耀总裁刘江峰被贾跃亭委以重任,以酷派集团CEO的身份首次登台演讲,这也是他重返手机圈的新战场。从华为到多点,再到乐视,刘江峰将通过新平台,实现更大的移动互联生态的梦想。其表示,酷派的工匠精神,和乐视的互联网生态的结合,是打开未来移动互联生活的钥匙,双方将给用户提供一个全新的物种,它更好地连接人与虚拟世界,打造一个全新的智能终端和生活方式。

刘江峰认为,首款cool1 dual生态手机是新变革的开始。“为了纪念这个伟大合作的开始,为了纪念一个传统型企业在一个变迁的新时代重生,我们把它命名为COOL 1.1 是一个重新清零自己,重新回到起跑线上,在一个变革的时代,以一个新人的心态,把一切都重新开始的数字。”



途牛酒店狂欢节开幕加速 打造更专业度假酒店预订平台



8月16日,为期一个月的途牛“酒店狂欢节”活动正式开启,给用户带来了涵盖全球近100万家酒店的优惠促销。这是在7月12日“真的说走就走,就在途牛机酒——2016途牛机票酒店战略发布会”之后,“首付0元住酒店”、“牛人住全球招募”等活动反响热烈基础上,途牛酒店推出的又一重大优惠举措。

8月16日,途牛会员日当天,途牛“酒店狂欢节”同步开启。这一天,途牛会员订酒店将享受“全场9折起”优惠。8月17日至21日是途牛国际酒店专场,期间将开启全场立减活动,百万红包摇不停,用户可获得最高价值1000元的国际酒店红包。8月22日至28日期间,途牛酒店将开启“5折券限量开抢”活动,酒店5折券配合其他不同大额立减券同步发放。

此外,途牛“酒店狂欢节”还特别推出用户互动环节,在8月29日至9月6日“好友助力抢门票一起去看周杰伦”阶段,用户参与途牛酒店小游戏即有机会获得酒店通用券、移动电源等,活动结束后,小游戏排行榜前排用户将有机会获得周杰伦“地表最强演唱会”门票。9月7日至9日,活动最燃阶段,狂欢72小时,每天将有多场“酒店限量秒杀”活动以及“6-8折爆款”,同时全场酒店开启“返现”促销。没有抢到优惠的用户可关注9月10日开始的返场活动,届时酒店立减、返现等优惠将持续。

3CE携手香港宝格丽·华抢滩国内市场,进发无限新商机

7月28日上午,3CE携手香港宝格丽·华珠宝有限公司旗下MIZUHADA品牌,于北京市朝阳区望京利泽中一路博雅国际中心顺利举行了战略合作签约仪式。

仪式上,3CE中国市场代表廖欣进行发言,分析了韩国3CE在中国市场的前景和品牌发展趋势,并提到;“主打性感、色彩、时尚的3CE有望成为未来彩妆市场的新领军,韩国3CE携手MIZUHADA品牌进军中国市场将成为未来微商大热。”

一直以来,3CE 其产品以天然、环保、安全、有效著称全球。此次,宝格丽·华与3CE形成战略合作,且成为了唯一一家具有3CE代理权的中国公司,并着力于品质、品牌、品行三个维度,全力打造优质产品,为消费者提供上乘服务。期待宝格丽·华将3CE全面引进中国市场,以带来微商发展新机遇,让更多中国消费者认可,或主导未来国内彩妆市场。

《时尚3C》编辑邮箱 181644262@qq.com

TCL风健康十字四门双变频冰箱 耀世首发 成就风冷专家

8月18日,TCL冰箱洗衣机全球首发TCL风健康十字四门风冷双变频冰箱,这样一款“满足了主妇所有想象”的冰箱。此外,这款冰箱申请发明专利7项、实用新型专利16项、外观设计专利2项,同时符合新国标一级能耗的标准,引发了行业对冰箱能耗的关注,这款冰箱的发布意味着TCL冰箱由此引领风冷新时尚。



“更快制冷”已成为风冷冰箱最大的特点之一,然而也正因为如此,传统的风冷冰箱很容易蒸发食物中的水分,让食物表面风干,保鲜效果差强人意。TCL风健康十字四门风冷双变频冰箱采用新一级风冷双变频技术,风冷无霜,根据冰箱内外温度自动调整压缩机和风机的转速,调整风量减少冰箱内温度波动,节能保鲜效果更好;冰箱内温度通过变频压机将风量调整到最大,经风机快速送达冰箱内,冷藏、冷冻室温度迅速达到“2℃”和“-22℃”,快速实现速冷冻。采用专属金属风道,直出风设计快速均匀制冷,设置搁架以下10mm出风口,让风不直吹食物,在储藏空间实现圆形循环,同时形成恒温,搭配独有的独创四边凸起菱面保湿盖板,让水汽充分汇集,凝结成水滴,保持存储空间湿度平衡,保证果蔬水分如初,水润新鲜,真正实现风冷不风干。

比肩量子卫星,量子点吹响中国科技强势崛起号角

就如量子通信改变以数学为基础的密码体制,开创通信新时代一样,量子点也正在革命性地掀开一个全新的光影时代的大幕。据国家“千人计划”入选者彭笑刚介绍,量子点显示技术主要分为光致发光与电致发光两个阶段,目前TCL等企业的量子点电视产品已经实现了光致发光产品的落地,在色彩、功耗和整体的效果上,都实现了电视技术的新突破。而量子点发展第二阶段的电致发光,即QLED,彭笑刚坚定地认为其将是人类最可能的下一代显示技术选项。在未来,通过量子点电致发光,可实现印刷显示、柔性显示,像印报纸一样制造显示器,让衣服、窗帘等介质都成为电视,真正实现显示无处不在,深刻改变人类的生活、生产方式。

而在QLED的研发上,中国走在全球前列。彭笑刚发明的合成和加工方法奠定了量子点工业应用的基础,助力中国在这一领域抢滩领先位置。同时,国内完成产业链垂直一体化整合的TCL,已经在量子点材料合成、量子点印刷器件、印刷显示工艺技术、G4.5印刷显示平台、G8.5印刷显示平台等五大部分得到优先布局和均衡发展,抢占印刷显示领域的技术尖端,有望在三到五年内,把量子点印刷显示技术开发成熟,助力中国率先实现QLED的民用化应用。

“技术派”海信空调持续飘红,变频规模增幅超行业四倍



海信空调系列精品引领高端

据中怡康监测数据显示,今年截至目前,海信空调市场占有率已保持四个月连续稳步提升,在行业整体需求不振、增长乏力的情况下销量已累计同比增长5.3%,其中变频零售量增幅为14.07%。而且在其自身销售产品结构中,高效产品占比达60%以上;变频空调占比接近90%。

数据说明,海信每卖出10台空调其中有9台是变频产品,且6成以上为一、二级能效产品,可以说这是其持续推进“淘汰定速,全面变频”市场战略所取得成果的冰山一角,意味着海信年初开始引爆的普及智能变频的产品价值战阶段性告捷。更为重要的是,稳定的增长态势直接提振了空调市场,间接传递出空调业逐渐完成去库存、价格战走向终结的重要信号,为空调企业加快转型升级、抢攻新一轮增长点注入了信心、动力。

从目前市场走势来看,尽管智能、健康等新功能兴起,空调市场竞争制高点还在变频市场,谁掌握了变频空调市场的竞争优势,谁就更容易拔得市场头筹、掌握未来转型升级的主动权,所以近两年这一

赛场焦灼态势、竞争压力只增未减。据悉,今年以来,海信先后推出的“炫转”空调、“珍珠”空调、“小炫风”系列智能变频精品一上市就不同凡响,结合赞助开门大吉、欧洲杯、中国国家体操队等品牌大动作连续亮相体育营销,开辟了以精品、体育营销等组合拳引爆价值竞争的先河。

关键的是,海信空调接力欧洲杯在奥运期间继续释放其技术创新的魅力,以全新双模变频技术、16.5分贝超静音技术、Nanoe纳米水离子、360°送风系统、智能光感技术、智能体感技术、智能云技术等丰富产品的差异化功能,这些具有行业标杆水平的前沿技术成为海信转型升级的第一驱动力,更为其引领市场、抢跑下一个赛点注入强大支撑力。

“当行业价格战正盛的时候,我们从来没有动摇技术、产品的创新,以新技术为用户创造更多的产品价值,这应该是价值战的内核,也是未来产品升级的一个出发点。”海信空调营销相关负责人透露,在终端市场卖断货的明星空调“小炫风”已迅速补货到位,不同颜色的“珍珠”空调也即将上市。

业内人士指出,作为20多年的变频专家,海信空调立足于技术创新本位、瞄准中高端消费群体展开了体育营销的创新,进而实现依托欧洲杯、奥运会等全球顶级赛事走出一条全球自主品牌运营之路,打出了旺季变频争霸的士气,更亮出了技术派的实力,可以预计新冷年的强势表现将会更有看点。

海信空调 中国国家体操队官方合作伙伴

匠心品质 荣耀征程

海信·2016中国国家体操队官方合作伙伴