

消费升级新体验

OLED 创新体验馆登陆“长三角”

近年来,随着彩电新技术的发展和国内消费者对品质生活需求的提升,OLED产品加速在中国市场的普及速度。自全球首家OLED创新技术体验馆在北京开馆后,中国其他城市也陆续迎来了这个显示黑科技的体验基地。作为中国最大的城市群,长三角地区一直是彩电行业最重要的市场区域之一。继北京、广州等地的OLED创新技术体验馆后,这一最新显示产品体验基地又强势登陆“长三角”,进驻上海苏宁浦东第一店和南京苏宁商茂店。

青年报 姜卓

全新感官体验

目前,体验式消费已成为线下卖场非常重要的一种消费方式,尤其在大型家电卖场,各大品牌厂商都相继开设体验区,如游戏、厨房、客厅等真实情景体验。OLED创新技术体验馆在电视厂商原有的客厅情景以外,专门设置了OLED显示技术的科普区和未来显示产品的陈列区域,可以让消费者更透彻、直观地了解OLED技术和未来显示趋势。

体验馆中陈列的OLED壁纸电视今年在国内上市以来,迅速成为了行业和市场讨论度极高的热门新品,该电视屏幕厚度仅为2.57mm,可以像纸一样紧贴在墙面,是真正意义上的“壁纸”电视。如此“薄如蝉翼”的极致纤薄离不开OLED的自发光结构,OLED每个像素点均可独立自发光,不需要传统液晶技术那样的背光源,因此可以比其他显示技术更薄。此外,OLED还拥有深邃的黑色表现、超广可视角度、几乎无穷大的对比度等画质优势,因此被业界广泛认可为“下一代显示技术”。这款OLED壁纸电视在待机状态下还能呈现画廊、休闲等多种场景模式,透露出极具艺术性的视觉美感,不仅是一款电视,更是一件精美的艺术品。

体验馆中展出的屏幕发声的Crystal Sound OLED电视产品,颠覆性地摒弃了传统电视屏幕两侧或底部位置的发声单元,利用OLED结构特点在屏体背部增加了“激振器”(Exciters),让面板震动并发出声波。



因此与传统电视相比拥有更具空间感、立体感、沉浸感的声场表现,实现了以往的电视产品所无法提供的音画合一视听体验。

此外,馆内还展示了由6张商用OLED大屏拼接而成的双面波浪产品,双面显示产品以及凹面OLED产品等形态各异的未来显示产品。OLED还将越来越多地应用到可穿戴设备、车载照明、医疗等诸多领域,改变人们的生活方式。

OLED 前景仍然看涨

随着OLED技术的日渐成熟,产业阵营不断扩大,产品品类持续丰富,消费者对OLED的关注度和需求度也不断提高,OLED电视市场迎来了快速发展期。数据显示,预计2017年OLED电视全球出货量将达170

万台,同比增长90%。十一黄金周期间,国内彩电市场销量同比下降15.6%,销额同比下降11.9%,然而OLED电视却一枝独秀,销量规模同比增长了145%。苏宁的数据则进一步显示,在11月3日彩电超级品类日,OLED电视销量增长高达509%。

LG Display OLED全球推广总经理朴昌赫表示,就目前全球主流彩电企业新品发布情况来看,已经有LG电子、创维、康佳、长虹、索尼、飞利浦等十余家主流电视整机厂商推出了OLED电视,OLED阵营正在以空前的速度扩张,市场全面爆发指日可待。

苏宁上海地区管理中心相关人士指出,彩电市场在经历近一年的低迷后,在双十一当天迎来了销售增长大爆发。从

低迷到增长,苏宁上海大区的OLED电视实现同比增长近500%,有力拉动了整体市场的数据,这显示出OLED在当前电视行业中不可动摇的地位。未来苏宁还将与产业链各方加深合作,加大力度推广OLED电视。

在消费升级的大背景下,OLED电视无疑将成为未来彩电高端市场中的主要驱动力。除了长三角地区,全国其他城市的OLED创新技术体验馆在加快建设步伐,力图让更多的消费者能亲身接触和了解OLED技术和产品。苏宁易购作为智慧零售的代表者,在推动OLED的发展中承担着场景打造,体验展示,市场推广等众多职责,也是消费者接触OLED黑科技的前沿阵地,OLED已经来到我们的身边,并且正在深刻改变着我们的生活方式。

■ 资讯

阿迪达斯助力青少年足球



12月4日,体育品牌阿迪达斯携手世界足球巨星、阿迪达斯品牌大使大卫·贝克汉姆走进上海校园,开展了一堂生动、励志的青少年校园足球训练课。据悉,该活动彰显了阿迪达斯推动中国足球基础普及与发展的决心,更是阿迪达斯与教育部合作推动青少年校园足球发展进程中一个意义非凡的时刻。

据了解,来自徐汇区向阳小学、华泾小学和徐汇中学的36名青少年学生聚集在徐汇中学,在贝克汉姆和阿迪达斯国际知名青训教练汤姆·拜耳(Tom Byer)的共同指导下学习了足球基本技能,提高了控球能力和自信心。

阿迪达斯大中华区董事总经理高嘉礼表示:“上海近期在足球方面取得的历史性成就不仅彰显了其作为全国足球运动发展典范的重要地位,也给阿迪达斯品牌在其发展进程中发挥关键作用带来了重大机遇。阿迪达斯相信‘我们可以通过运动改变生活’,因此我们将继续与大卫·贝克汉姆等颇具感召力的全球品牌大使以及教育部紧密合作,在上海乃至全国校园培养青少年的足球热情和人才。”

青年报 王娟

第四届溪口旅游国际登山大会举行

12月10日,“情系中韩·雪窦之约”——2017第四届溪口旅游中韩国际登山体验大会暨溪口采风活动,在浙江雪窦山隆重举行。

据了解,这届登山大会,由宁波市旅游局、宁波溪口雪窦山风景名胜区管委会共同主办。自2013年8月起,宁波溪口“雪窦山之旅”旅游产品,在韩国市场大力推广。由于溪口景区拥有高品质的山水风光、独特的地域文化以及人性化的优质服务,深受韩国游客的钟爱,渐成韩国民众入境华东的常态旅游目的地。

大会筹办各方希望通过此次活动,进一步深化溪口景区与韩国旅游界和普通公众的交流,并加强两地群众体育、旅游文化的合作。这条精心选定的雪窦山登山线路,全长12公里,自下往上穿越历代宦官、文人多有赞美的三隐潭大峡谷,风景宜人。

青年报 王娟

亚马逊全球开店发布“下一代贸易链”

整合解决方案助力中国卖家制胜“新贸易时代”

青年报 姜卓

12月6日,亚马逊全球开店发布“下一代贸易链”整合解决方案暨2018年亚马逊全球开店战略重点,旨在通过一系列创新举措,帮助中国卖家在从传统外贸转型到新贸易时代的过程中,成功布局海外市场,打造国际品牌。

亚马逊于2012年在中国推出“全球开店”业务,借助亚马逊在全球电子商务领域的优势和专长,为卖家搭建网上跨境出口通路。目前,亚马逊全球开店已帮助数万中国卖家成功上线亚马逊全球站点,直接接触及超过3亿的活跃消费者与超过百万的

企业与机构买家。目前,包括亚马逊美国、加拿大、德国、英国、法国、意大利、西班牙、日本、墨西哥、澳大利亚与中国在内的11大站点已向中国卖家全面开放。遍布全球的140多个运营中心帮助中国卖家可将产品销售往世界185个国家和地区。

据介绍,全新发布的“下一代贸易链”整合解决方案主要涵盖三大举措,中国企业价值提升计划,即针对各类型中国卖家升级或转型的定制化解决方案;亚马逊国际站点拓展计划,即助力中国卖家拓展包括新上线的亚马逊澳大利亚站点在内的众多亚马逊海外站点;以及亚马逊全球开店生态圈构建计划,即与各

地政府合作积极搭建跨境电商出口生态圈为中国卖家提供全方位服务。依托亚马逊全球资源优势 and 全球开店业务的快速拓展和耕耘,亚马逊已经为中国卖家打造了以出口电商为代表的新贸易模式下的下一代贸易链,通过亚马逊各大海外站点,中国卖家能够与亚马逊全球消费者或企业、机构客户直接交易,贸易链条大幅缩短,运营效率明显提高。

亚马逊全球副总裁Eric Broussard表示:“亚马逊致力于持续创新,并通过创新的技术、产品与服务帮助全球卖家不断拓展他们在全世界的业务发展。全球开店帮助中国企业直接触

及全球的消费者和商业客户,实现业务模式的转变,助力其抓住转型机遇,制胜海外市场、打造国际品牌。”

亚马逊中国副总裁、亚马逊全球开店亚太区负责人戴铮表示:“当前,贸易环境发生巨大变革,跨境电商已经成为中国企业出口的重要通路。全新发布的‘下一代贸易链’整合解决方案,基于亚马逊全球开店对中国卖家转型跨境出口电商难点的深刻理解,借助亚马逊的全球资源与本地化专业服务,满足不同类型中国卖家的多样化升级需求,充分把握新贸易时代赋予的无限商机,助力中国卖家‘扬帆出海’。”