

三重影像传感技术 索尼发布旗舰级Xperia™XZ



2016年9月1日的柏林消费电子展 (IFA)，索尼移动通信发布了中国大陆地区首款Xperia X系列手机。索尼首款旗舰智能手机Xperia XZ拥有改进的新影像技术，为你带来Xperia有史以来更棒的画质。将索尼备受称赞的图像传感器更优化，再添加两个辅助传感器，从而构建出索尼的三重影像传感技术，它使人们能捕捉美丽的真彩运动图像。这项技术包括两个核心要素，一是索尼独创的Exmor RS™ for mobile图像传感器，它强有力地结合了高品质和自动对焦 (AF) 速度；二是预测追焦，可智能预测并追踪运动物体，从而得到清晰的画面。除此之外，还有激光自动对焦传感器，它以距离传感技术为基础，可以在暗光条件下捕捉精彩清晰的图像。另外，以色感技术为核心的RGBC-IR 传感器能根据环境光源精确调节白平衡，让你享受极致生动的色彩。uCloudlink网络信号已覆盖全球100多个国家和地区，目前uCloudlink平台上每天连线的用户数达到3万户。

VR虚拟体验带你畅游 探险者世界

身临其境玩游戏是什么感觉，将自己置身于那些视觉大片或游戏大作之中，体验现场的震撼。8月26日，位于上海市中心人民广场——地铁1、2、8号线交汇处，上海迪美购物中心内的探险者世界，正式开业推出VR虚拟游戏免费体验活动，一种全新的游戏体验方式就此拉开了序幕。上亿成本投资的“探险者世界”以高科技虚拟现实体验为娱乐核心，将VR作为主打项目，利用多通道显示设备、3D技术手段，为游客打造一种全新的沉浸式体验，这也将成为上海迪美购物中心的王牌娱乐亮点。戴上VR眼镜体验真人版CS的射击，宽广的游戏环境适合朋友与朋友结伴同行，一同体验枪战射击类游戏带来的快感，建立团队，寻找游戏中“开黑”的乐趣。



百色熊涂料 发布2017年流行色彩趋势

每年，Behr百色熊的色彩专家团队都会埋首于发掘全球前沿的艺术、产品设计、时尚和建筑色彩趋势。这个色彩预测，与人们的现代居家方式一起，带动了新型时尚涂料色彩的发展。Behr百色熊采用的是一种非传统的色彩预测方法，不是选择一个主要的年度色彩。而是由Behr百色熊色彩专家团队挑选出一系列的色彩，将它们整合到独立的主题，然后让人们去选择能够宣泄出他们的情绪、情感和个性的色彩和搭配。2017年，Behr百色熊发布的色彩将围绕三个包罗万象的生活方式主题：舒适、沉稳和自信。Behr百色熊2017流行色彩趋势发布了20种不同的色彩，比以往更加灵活。全部20个颜色都将被设计成相互混合和搭配的形式（无论主题）。哑光粉彩色、浅淡的中性色和忧郁的灰色带来了适合于任何家庭和独特视角的无限构思和组合。美国Behr百色熊涂料目前仅独家供应美国、加拿大、中国、墨西哥和智利的商店。欲获得更多Behr百色熊2017色彩和家装建议，可访问www.behrchina.com 或是www.behr.com。

《时尚3C》编辑邮箱 181644262@qq.com

京东联手众多酒企成立正品联盟 欲打造10家年销售10亿酒业品牌

2016年8月31日，京东超市宣布将与茅台、五粮液、拉菲、洋河、郎酒、嘉露、百加得、长城、保乐力加等国内外知名酒水品牌商正式成立中国第一家“酒水正品联盟”，共同打击酒水行业在互联网网购当中存在的假冒伪劣及侵权行为，并与国际知名酒业TWE集团、拉菲、百加得签订战略合作协议，拓展中国的酒水市场。

京东超市酒水采销部总经理王志强表示，京东将大力扶持国内外的知名酒水品牌发力电子商务，并将大力扶持拥有正规品牌授权的酒水流通企业，希望在3年内打造出10家线上年销售额超过10亿的酒水品牌。

据悉，作为整个京东增长最迅速的品类之一，整个京东酒水今年上半年的订单量就已经超过了去年全年的水平。其中，葡萄酒上半年销售超2000万瓶，啤酒上半年销售超3000万升，白酒方面京东超市已经是中国白酒领域线上线下超大的零售平台。

王志强认为，京东酒水获得大幅增长的主要原因就是来源于消费者对于京东“正品品质”的认可。目前京东已与国内包括茅台、五粮液、洋河、泸州老窖等众多知名酒企建立了战略合作或直采的关系，保障了货源的真实可靠。同时，还与法国、德国、加拿大、美国



等12个国家达成了直采协议，并与智利酒业巨头——干露 (Concha y Toro)、世界顶级干白——德国雷司令 (Riesling)，澳大利亚奔富酒庄 (Penfolds) 等知名葡萄庄园建立了直采战略合作关系。

据他透露，未来京东在酒水领域的布局当中有两点是重中之重：一方面，将继续发力整箱销售策略，鼓励“囤货”；另一方面，还将继续发展海外直采业务，推动全球购模式的进一步扩大。据京东超市的数据显示，目前80后的人群家庭消费特征逐渐明显，他们在酒类消费的占比中超过了三分之一。同时，在线上购买酒类的女性用户也超过了三分之一。王志强认为，线上消费的变化明显代表了一种消费升级的趋势，健康饮酒的理念逐渐兴起，饮酒被更多家庭用户和消费者赋予了生活方式的含义，这就使得经济型的囤货方式以及进口酒的品类出现了明显的增长趋势。

此次京东与众多知名酒水企业成立正品联盟，不仅将固化消费者心中“买真酒，上京东”的标签，还将联手众多酒企针对互联网上假酒泛滥和侵犯知识产权的行为进行联手打击，共同净化酒类网购市场，保障消费者的权益。

据他透露，未来京东在酒水领域的布局当中有两点是重中之重：一方面，将继续发力整箱销售策略，鼓励“囤货”；另一方面，还将继续发展海外直采业务，推动全球购模式的进一步扩大。据京东超市的数据显示，目前80后的人群家庭消费特征逐渐明显，他们在酒类消费的占比中超过了三分之一。同时，在线上购买酒类的女性用户也超过了三分之一。王志强认为，线上消费的变化明显代表了一种消费升级的趋势，健康饮酒的理念逐渐兴起，饮酒被更多家庭用户和消费者赋予了生活方式的含义，这就使得经济型的囤货方式以及进口酒的品类出现了明显的增长趋势。

有所感，有所为 三星Galaxy Note7正式登陆中国



三星电子移动业务总裁高东真先生

2016年8月26日，北京，三星电子“有所感，有所为•Galaxy Note7中国发布会”在北京隆重举行。作为Note系列的新力作，Galaxy Note7延续了家族一贯的非凡实力，采用正反对称四曲面设计，配备极具开创性的虹膜识别技术和全新升级的S Pen，更以匠心工艺实现全机身IP68级防尘防水。目前，Galaxy Note7已成为全球市场受期待的旗舰产品，此次针对中国市场再次举办盛大的发布活动，充分显示了三星对中国市场的重视与尊重。

三星电子移动业务总裁高东真先生表示：三星一直认真聆听中国消费者的声音，力求在不断创新与进步的同时，尽可能了解与满足中国消费者的需求。Note系列从诞生之日起，便与中国市场一同前进、共同成长，也正是中国消费者对Note系列产品的支持与厚爱成就了如今的Note7，相信他们一定会喜欢上这款全新的Note产品。

发布会现场，惊艳的U型舞台设计和全息投影开场为Galaxy Note7的中国发布打造出十足的科技感。米未传媒创始人、CEO马东，知名演员锦荣，知名当代艺术家、策展人邱志杰，作为特约嘉宾出席了发布会，并分享了Galaxy Note7所带来的新奇体验。除主会场外，Galaxy Note7发布会还在王府井步行街、三里屯ME广场及蓝色港湾等时尚聚集地，采用VR直播方式同步开场，让更多消费者实景体验热烈的发布气氛。

内外兼修 飞利浦“好色+”惊艳四座



今年8月，飞利浦显示器推出全新“好色+”系列无边版产品——256E7QDSA6。它不仅拥有108% NTSC广色域 (CIE1976)，色彩表现力出众，而且采用时尚简约的三边超窄设计，惊艳四座，堪称内外兼修的典范。

好色内涵，一脉相承

作为好色系列升级款，飞利浦256E7QDSA6色域覆盖率达到了108% NTSC (CIE1976)，意味着整体色彩表现再次升级，色彩还原度更接近于真实，再一次拉开了与市售普通显示器色域值的距离。

这款显示器还配备AH-IPS高品质面板，能带来精准的画面显示和丰富的色彩细节。此外，它还搭载FlickerFree无闪技术，可缓解眼部疲劳，带来舒适的观影享受。三边细窄，外观惊艳

飞利浦256E7QDSA6在外观上个性十足，不仅采用三边细窄边框设计，拓展视野给你无限遐想，而且拥有25英寸屏幕，配合FullHD分辨率，带来细腻的图像观感。另外，这款机型选择了类似M形的锌合金压铸全金属底座，借助底座坚实的硬度稳稳托住显示器面板，并且占用桌面空间较小，方便实用。

这样一款内外兼修的“好色+”系列产品，是否挑起了你的兴趣？8月8日至9月30日，凡购“好色+”系列显示器，注册成为飞利浦会员，即可获得价值240元的途牛好色旅行礼包！更有机会抽取价值4999元的途牛荷兰好色小镇旅行基金！现在正是下手好时机！

国美电器2016年上半年GMV同比增22% 电商GMV同比翻倍

2016年8月29日，国美电器控股有限公司宣布截至2016年6月30日止6个月（“报告期”）未经审计之中期业绩。销售稳升 在线贡献加大

2016年上半年，集团持续稳健推进“全渠道、新场景、强链接”的战略转型，集中投入和建设。通过进一步升级一级门店场景式消费和优化电子渠道入口，扩大客户群体覆盖。在凝聚既有消费群体以及流量的基础上吸引并培养年轻消费者，为集团长期战略推进夯实基础。

报告期内，集团的销售收入约为人民币353.1亿元，比去年同期增长11.4%；其中国美在线自营部分的销售收入同比增长63.0%。集团账面现金充裕，拥有现金及现金等价物人民币113.3亿元。

集团GMV与去年同期相比增长22%至人民币502亿元。线上贡献GMV达到人民币133亿元，同比增长101.2%。其中，移动端GMV同比增长206%，移动端GMV占国美在线比例达65%。售后服务贡献GMV同比增长63%，海外购平台上线后贡献GMV增长160%。

●全新聚客理念构筑新场景生态圈

通过娱乐、厨房、电竞、互联网电视以及家装设计等五大系统的落地，推进线上线下流量入口的融合，扩大零售客户群体的覆盖，同时培育年轻消费者的消费习惯。通过强化引流拉动销售业绩进一步增长。

●供应链整合优势构筑零售核心竞争力壁垒

此外，集团进一步通过灵活创新的采购商品模式以及差异化产品运营掌握商品定价权，稳保行业竞争优势。以渠道下沉为基础，国美物流加强构建云仓模式，通过与海尔等生态圈伙伴的供应链开放共享形成物流体系联盟，优化干线运输、仓储及宅配的整体运营效率。

●智能服务云平台构筑内生强链接

“国美管家”依托O2O资源，借助“智能云数据”优势，打造开放式智能服务云平台，通过保修单据电子化，实现以家电为核心，围绕“家”开展的全方位服务，形成“购买—清洗—维修—回收—再次购买”的家电生命周期闭环。

909海信电视

金秋九月 盛宴狂欢