

国美建成国内首家专业VR影院

12月2日, 国美电器高级副总裁郭军在主题为“改革执行力”的第七届财新峰会上宣布, 国内首家专业VR影院将在国美建成。在今年年底前, 包括北京、沈阳、大连、深圳四地的国美门店, 都将建成VR影院。据悉, 这是专业VR影院首次落户中国。国美预计2017年将有百家VR影院在国美门店与影迷见面。

VR设备, 俗称虚拟现实设备, 实现了视觉、听觉的模拟, 让使用者仿佛置身虚拟世界。

早在今年4月, 国美就与HTC Vive合作, 在全国的国美门店开展了体验专区的建设。在国美门店, 消费者可体验到HTC Vive带给我们的魔幻感受, 通过影片欣赏、游戏互动, 感受VR设备带给我们的奇妙体验。同时, 国美还与国内领先的移动VR设备制造商暴风魔镜合作, 在北京国美马甸鹏润店建成了国内更大的移动VR体验馆。为增强消费者的体验感受, 国美联合内容开发商, 建立了全国首家“火山熔岩”VR场景体验厅, 通过视觉、声音以及感官的刺激, 提高了VR产品的体验感受, 深受消费者青睐。



国美电器高级副总裁郭军在财新峰会上阐述国美VR战略

国美电器高级副总裁郭军表示: “国美在全国拥有近1700家线下门店, 未来国美要做VR内容最全, 全国VR影院数量最多的运营商。在线上、线下等多元化渠道深度融合的战略背景下, 通过有效供给、供应链的优势整合、多元化渠道相互引流, 国美将重新定义零售, 让我们走的比梦想更远。”

通过与全球超大的VR内容制造商Samhoud Media的合作, 今年年底之前, 国美旗下的北京大中马甸店, 将建成国内首家专业VR影院, 200平方米的面积, 可容纳60人同时观影。影片内容引入将突破区域限制, 由荷兰VR影视公司和国美合作商共同支持, 国际化的高品质内容将为观影者打造完美的沉浸式、高互动的观影享受。

国美电器高级副总裁郭军表示: “国美在全国拥有近1700家线下门店, 未来国美要做VR内容最全, 全国VR影院数量最多的运营商。在线上、线下等多元化渠道深度融合的战略背景下, 通过有效供给、供应链的优势整合、多元化渠道相互引流, 国美将重新定义零售, 让我们走的比梦想更远。”

新品扎堆苏宁双十二 多款新机发布抢占年末市场

从商业的角度看, 双十二虽然不及双十一那么热烈, 但是作为年末最为重要的一次大促, 消费者的销售热情和各商家对它的重视却丝毫没有衰减。在手机行业里, 双十二也就成了各品牌尤其是互联网手机品牌, 在岁末的兵家必争之地。

今年就有很多产品借着双十二的名头或者赶在这个期间把自己年内的重要爆款产品进行首发, 借着消费热情冲击销量, 如今在苏宁易购平台就有多款手机新品扎堆发售。

通过苏宁易购平台发现, 之前几款上新的产品如魅族Pro6S、魅蓝X、OPPO R9s、vivoX9、三星C9Pro等都在售或者处在预约状态, 预售期间还伴有众多豪礼相赠。而美图、努比亚、联想等众多品牌也纷纷将新品安排在这个区间。

品牌扎堆苏宁双十二并非偶然, 目前单一渠道的销售模式已经不再被业界所看好, 而苏宁依托线上和线下所打造的双线融合新零售模式, 才是大家看中的。基于对会员大数据分析, 直击用户痛点, 通过C2B反向定制, 向用户输出优质的定制化产品和服务, 苏

宁可说是经验丰富、战果累累。在互联网手机品牌竞争白热化的当下, 苏宁手机走出了一条挖掘消费热点, 提供个性化产品和服务的成功之路。

从输出优质产品、服务, 到产品、服务及时抵达用户, 苏宁可以大干一场的渠道, 苏宁在线下拥有超过1600家门店和1700家易购直营店, 全面覆盖了从一线城市到三四级市场的全国各地。在很多地方, 苏宁是首家走进县镇开设实体店的电商。尤其在一些偏远地区, 只有通过易购直营店, 用户才能实现“边买边体验”的购物场景, 第一时间体验这款新产品。

追求品质消费的今天, 线上电商1.0时代的“黄金十年”已是过去时, 双线融合服务的2.0时代已然到来。苏宁想通过这样一个活动, 让消费者实现“从宅到逛, 从逛到玩, 边玩边买, 边买边体验”的购物新模式, 同时, 苏宁也开创了拼商品、拼实惠、拼服务、拼体验、拼增值的“五拼”模式, 急速达、以旧换新, 包括门店免费贴膜等增值服务, 都是“五拼”模式的具象体现, 这也是未来品质消费的潮流所向。

围观海信空调品牌日: 家电业年关价值大戏, 高端新品领衔受宠

“制热节”余温未消, 而12月10日超级品牌日海信空调在传统的淡季市场又打开一个空窗, 联合电视、冰箱等全品线进行大手笔投入、大规模商家联动, 在全国家电市场再度点燃全民抢购精品的热潮! 对用户来说, 这是一场难得的全民套购盛宴; 对于海信来说, 这是一次年底业绩收官冲刺时刻; 对于行业来说, 这是一次高端价值全面开始争夺的号角。



海信品牌日掀起精品家电抢购热潮

新品再造暖冬制热新潮

今年下半年来, 整个空调消费市场呈现出一轮高端化趋势。海信趁机打开品牌高端化升级通道, 于11月上市的高端新品炫彩空调X720, 是海信今年以中高端新品驱动消费升级市场转型的重要成果之一。

据悉, 炫彩空调X720是一款拥有快速超强制热、“三色灯智能温控”、“高能效”等差异化产品性能, 产品一经推出, 便迅速击中全民消费升级的痛点, 已于制热节掀起第一轮抢购热潮, 一时成为空调市场风头无二的高端新品。

经中国家电研究院实测, 开启超强制热模式下的海信炫彩空调实际出风口温度3秒后即可达到47.5℃, 不断提升用最短时间达到了恒温状态。加上120°广角送风, 配合每小时1100立方米的超大循

环风量, 使热量均匀地传导室内各个角落, 解决传统空调因压缩机制热能力不足温度提升慢、耗电多等短板。另外, 该产品迎合现代家庭和消费者的审美取向, 外观上不仅美观新颖、时尚高端, 放置在任何场合都不失为一件可具观赏的艺术品, 而且首创三色灯智能温控应用切换模式, 红色制热、蓝色制冷、绿色净的超强温控性能尽收眼底。

技术打通高端升级通道

实际上, 今年以来海信空调几乎以每月一款新品的节奏, 先后推出新一代炫转空调、女神空调、珍珠空调、欧洲杯纪念款“小炫风”空调等一系列差异化系列精品, 这些产品上市后迅速引爆中高端消费市场, 一时冲破行业价格战的禁锢、早扬起价值战、品质战、技术战的大旗。

国内“变频实力派”的海信以技术、产品创新顺利打开空调业高端升级的通道, 围绕着用户需求和产品体验不断进行变频技术的迭代创新和智能技术的融合创新, 不仅刮热变频普及风暴, 而且真正掌握空调行业在节能、智能、舒适、健康等核心方向的革新潮流, 例如颠覆传统空调送风方式的360°送风系统, 还是首创女性美肤空调的nanoe纳米水离子技术, 以及打破行业纪录的16.5分贝超静音技术等。

从国内空调市场暖冬首创的“制热节”, 到接连强势引爆的“品牌日”, 不得不说, 海信空调通过一款款精致的产品和一场场爆点足的市场活动给仍处于调整期的空调市场打开一条新路, 不只是在全面普及变频空调, 更是将变频空调的普及热潮从低端推向高端, 加快行业推进变频淘汰定速的产业升级进程。

哈根达斯太妃麻糬冰淇淋全新上市

2016年12月7

日, 哈根达斯太妃麻糬风味冰淇淋新品发布会在上海隆重举行。太子妃张天爱一改之前的“攻气满满”, 以柔美形象甜蜜亮相, 向各大媒体展示“网红”新品的独特魅力。这款创意产品将麻糬与经典纯正的冰淇淋曼妙融合, 五彩缤纷的包装更是带来了浓浓的新年气氛。哈根达斯以此向大家发出冬日召唤: “这个冬天, 爱就黏在一起”。



作为享誉全球的冰淇淋品牌, 哈根达斯的美味诱惑不仅来自从世界各地精选的优质原料, 更源自不断创新, 从全球美食中汲取灵感, 使每一款冰淇淋都如同艺术品般精湛。当颇具人气的东方美食——麻糬与西方经典冰淇淋相碰撞, 在浓醇丝滑的清甜中迸发出Q弹软糯的口感, 既新鲜又时尚, 令这两种截然不同的食材打造出CP感爆棚的独特体验。这一别出心裁的创意使哈根达斯的这款新品风靡了海外甜品界, 在日本上市仅一周即被抢购一空, 成为炙手可热的“网红冰淇淋”。今天, 太妃麻糬冰淇淋登陆中国, 让中国消费者也能品尝到“又爱又黏”的新滋味。

哈根达斯对很多年轻人而言已不仅仅是一个单纯的冰淇淋品牌, 而是一种对生活品质的追求, 及时尚的聚会场所。即日起, “太妃麻糬冰淇淋”系列产品将在全国各个门店与大家见面, 包括太妃麻糬冰淇淋小纸杯、火锅冰淇淋、蛋糕冰淇淋、咖啡等新品。让哈根达斯伴随你度过一个温暖的冬日, 感受黏黏的爱意。

途牛机票大促来了 年末出游便宜机票淘起来



随着元旦、春节的临近, 旅游高峰也即将到来, 12月途牛机票联合各大航司, 推出年末大促活动, 为用户提供覆盖多个目的地和航线的优惠机票产品。

途牛机票相关负责人介绍, 这次机票大促将有多种形式的优惠活动, 包括特价机票、0元秒杀贵宾室、90元机票礼包、国内热门机票立减等活动。从12月1日开始, 途牛机票将联合南航、东航、首航、福航、西部航空等多家航司, 推出特价机票, 比如国内航线方面, 三亚至重庆线低至80元(不含税以下同), 12月20日北京至南京机票仅需215元, 1月28日深圳至杭州245元; 国际航线方面, 则有上海、广州出发, 至法国、意大利、希腊、西班牙、英国、德国、俄罗斯欧洲六国, 往返400元起的特价机票。

《时尚3C》编辑邮箱 181644262@qq.com

Hisense



中国国家体操队官方合作伙伴

海信ULED超画质电视

