

国美30周年发布新战略 打造社交商务生态圈

2016年12月19日,国美控股集团30周年庆典暨新零售战略发布会在北京举行。会上,国美控股集团杜鹃女士宣布,由技术推动的零售新时代已经来临,30周年之际,国美发布新战略,打造社交商务生态圈。

定义新零售: 社交商务生态圈

中国经济新常态下,中国零售正迎来由消费结构转型升级带来的黄金发展期。“经过30年的零售价值沉淀,国美对零售业态的探索进入了新的阶段。”杜鹃指出,国美重新定义的零售是,建立以用户为王、产品为王、平台为王、服务为王、分享为王、体验为王、线上线下融合的社交商务生态圈,形成对用户利益最大化的新零售模式。

“未来新零售格局中,我们将扮演非常重要的角色。”杜鹃认为,国美的新零售模式将有助于充分发挥市场作用,提高供给增长,激发创新;并将积极促进新业态的创造,通过连接与满足用户需求,围绕市场创新产品,培养新的消费方式和习惯,促进社会文明进步。同时,为个体、产业、社会等多个层面创造更大的价值。

具体而言,新零售战略下,国美重塑生态圈的利益攸关方角色,激活个体活力,释放个体优势,最终形成共创分享的生态。从产业角度来看,新零售格局中,国美将供给方和需求方进行有效对接,提升



有效供给,带动零售产业升级,激发经济新动能。同时,国美上线的“国美Plus”平台,相当于搭建了一个大众创业平台,让每一个普通人实现创业、创收,带动社会共同创富。这也是国美承担社会责任的表现。

价值重构: 转型风口已至

事实上,零售业正处于最关键的转型期。

今年11月,国务院发布《国务院办公厅关于推动实体零售创新转型的意见》,从调整商业结构、创新发展方式、促进跨界融合三个方面明确了实体零售企业创新转型的9项主要任务,定调实体零售转型。

而电子商务领域2016年的投资则严重下滑,投行更加倾向于实体零售领域。公开资料显示,在开发实体店内技术领域内,今年共有超过170笔投资交易,投资金额超8亿美元,创历史新高。

30年前,以国美为代表的零售连锁企业诞生,标志着现代连锁零售渠道的崛起。国美首创的“零售连锁模式”、“直供销售模式”、“全零售生态模式”,在不同时代引领了中国零售的发展和转型。

业内人士认为,作为一家零售企业,国美的优势在于商品经营、门店经营、服务经营,其新零售是通过技术和产品的协同创新而形成的融合。不同于互联网到新零售的发展途径,国美的发展之路,实际上是实体零售,到全零售,再到新零售的探索之路。国美必将形成另一种新零售模式。

寒冬中燃起电竞之火 B5电竞馆旗舰店落户上海

2016年12月17日,B5电竞馆旗舰店在上海市宝山区聚丰园路举行了盛大的开业仪式,专业电子竞技运动场馆B5电竞馆正式宣告落户魔都上海。明基友达集团率先提出电竞馆的概念,推出了从电竞产品到电竞馆的整体解决方案。作为明基友达集团旗下唯一托管经营的电竞馆连锁品牌,B5电竞馆是他们将概念转为现实的一次重要实践。让处于相对独立空间的玩家移步到充满竞技与对抗元素的电竞馆中充分感受电子竞技的魅力,这是B5电竞馆追逐与努力的终极目标。因为电子竞技需要精准的操作与绝对稳定顺畅的操作环境,所以电子竞技对于电脑外设的要求近乎于苛刻,为了让每一位前电竞馆的玩家都能够得到职业级的电竞环境,B5电竞馆全场配备了众多职业选手选用的明基-ZOWIE GEAR高级电竞外设。另外,B5电竞馆还与专业的赛事组织eXTREMESLAND极限之地达成深度战略合作,共同进行多层次赛事体系的开发及执行。最大限度地保证电竞馆玩家的粘性及活跃度。

途牛“包机通”全国巡回推介沙龙 成都、深圳两地同启

2016年12月21日、22日,途牛“包机通”推介沙龙在成都和深圳两大城市同步举行,吸引了来自西南和华南地区的近百家供应商、分销商踊跃参与。成都和深圳两场推介沙龙的成功举办,标志着途牛“包机通”全国巡回交流推介沙龙的正式开启。途牛机票高级总监彭鹏表示,途牛“包机通”平台整合了包机、切位、库存等多种资源类型,合作伙伴可以通过途牛机票直客频道、度假打包及笛风假期等多渠道,更好地为用户提供服务。途牛希望与合作伙伴携手共赢,将“包机通”打造成为中国更大的团队机票交易平台。

沪江CCtalk汇聚天下网师 共筑教育新生态

2016年12月19日,网师2016暨CCtalk合作伙伴大会在上海隆重举行。知识经济大潮来临,沪江旗下实时互动教育平台CCtalk正式竖起“网师”大旗,向全社会发出“汇聚天下网师”的召唤,共筑教育新生态。

沪江CCtalk目前提供的商业服务不仅包括对“网师”的营销推广、版权合作、全平台内容产出的“组合套餐”,它还体现在为“网师”争取职业尊严和价值回报上。未来更多专业领域的名师入驻后,都将凭借“自品牌”建设教学页面,培育自己的粉丝群体。

后续,沪江还将利用专项网师扶持基金、逆向出版等多元手段,进一步加大对“网师”在资金、流量、运营服务等多方面的扶持力度,帮助更多的网师实现IP价值最大化,最终实现与CCtalk一起重新定义在线课堂,共建未来教育生态圈。

《时尚3C》编辑邮箱 181644262@qq.com

下一代电视来临 激光电视占据未来客厅



2016年12月18日,海信在广州举办激光电视金牌设计师签约活动,展示了其最新发布的100英寸4K激光电视,并将通过私人定制服务推动激光电视的客厅普及计划。

海信激光电视工程师介绍,电视大屏化是用户需求变化的主流趋势。中怡康研究数据显示,2016年至2020年,85英寸及以上超大屏电视的年复合增长率为110%,超大屏电视市场即将迅速爆量。但目前的液晶电视技术要做到超大屏成本将呈倍数级增长,88英寸液晶电视价格在10万元左右,100英寸则高达40万元。海信推出的激光电视在大尺寸应用方面价格优势明显,其88英寸产品价格不到5万元,100英寸产品在8万元以内。

除了大屏幕和价格优势,被誉为“下一代电视”的激光电视还具备影院级观看体验和健康护眼特点。中国标准化研究院检测数据

显示,海信激光电视观看视觉舒适度高于普通纸质阅读百分之二十以上,可谓“比看书更舒适”的电视。

海信激光电视包括屏幕、主机、音响三大部分,屏幕起到类似幕布的作用,无需电源,没有任何功耗且可以抗环境光干扰,明亮环境下同样可以观看。激光电视主机主要实现超短焦投影成像功能,其成像原理和影院类似,配合大屏幕使用画面体验真实、震撼。而且由于使用超短焦技术,其主机基本可以贴墙放置,一般的电视柜也可以摆放。海信4K激光电视还配有一套5.1声道环绕声音响,提供标准、临场、剧场等多个场景模式,还可以在电视关闭的情况下,通过蓝牙连接手机等设备播放音乐。

在功能设计上,海信激光电视还搭载了VIDAA智能电视系统,拥有超过100万小时的在线电影、电视剧、综艺等网络视频资源,成为永不落幕的客厅影院电视。

海信工程师介绍,海信激光电视历经近十年研发,已取得217项专利技术。作为在激光电视领域起步早、发展快的企业,海信将进一步丰富激光电视产品线,让激光电视新科技服务更多家庭。

开创女性市场,海信珍珠空调入选年度现象级产品

2016年12月21日,据中怡康发布的相关报告,海信年度创新代表性产品“珍珠”空调被认定为2016年空调市场十大现象级产品之一,这一款产品因差异化功能、精准市场定位等开创女性空调市场,并以技术含量高、品质高的竞争优势在激烈竞争的中高端市场竞争中获得一席之地。

此前,在目前世界上规模和影响力大的消费类电子产品展览会IFA展览中,海信携早已名噪业内的爆款珍珠空调系列精品亮相,并一举摘得了业内具代表性的“年度创新产品奖”、“年度创新技术奖”两项行业大奖,擦亮海信技术自主创新能力的世界名片,释放了中国制造的底气和实力。

据悉,海信“珍珠”空调首创双曲面贝壳纹肌理艺术外观,因精准定位女性消费群体而应用智能光感、Nanoe(纳米水离子)、全新双模变频等具有行业前沿的新技术,创造性地实现了健康美肤、风随光动、超级节能等差异化的功能特点,甚至8小时电费可低至1元左右,将空调的智能、舒适、健康、美感等使用体验上升到了一个全新高度。

随着空调市场需求呈现出年轻化、个性化、精细化的消费升

级,该款产品作为海信年度主打产品于今年3月一经上市就迅速销售火爆,并接着10月份又推出升级版产品“女神”空调,它们在同质化、价格战的市场竞争中取得远超出预期的市场成果。

据中怡康数据显示,截至10月份,该款产品在线下渠道3500-5000元一匹变频挂机市场中,零售额份额达到1.0%,成功站稳中高端空调市场,差异化精准产品营销的思路受到行业推崇。

业内人士指出,作为中国空调业“技术实力派”中有代表性的企业,海信今年以来先后推出了新一代炫转空调、珍珠女神空调、欧洲杯纪念款产品、炫彩空调等系列精品,以新技术、新品的持续创新进一步巩固了其在变频领域的引领地位,不仅能够激发中国空调业自主技术创新的动力,还能给中国制造抢夺世界高端市场的竞争主导权注入信心、底气。



海信珍珠女神空调新品