

## 京东面向品牌商开放营销能力

在近日举办的京东商城2017年合作伙伴营销峰会上,京东集团高级副总裁、京东商城营销平台体系负责人徐雷表示:电子商务与实体经济不是取代和对立的关系,而是一种相生相长,能力互补的关系。不同于纯粹的流量贩卖型平台,京东在长期的自营中建立了一整套脱胎于实体零售的核心能力,比如供应链、仓储物流、营销以及金融等。接下来,京东将会把这些能力全面开放给供应商与第三方品牌商,真正实现实体经济与互联网的完美结合。

会上,京东携几家知名品牌发布了JD IDEAL电商营销方法论,表示将通过Integrated(整合营销)、Data-driven(数据驱动)、Effective(品效合一)、Access(开放平台)、Link(场景连接)等五位一体的手段,全面开放京东核心的数据和营销能力,帮助传统品牌重新构建与消费者的关系。这也是继京东去年年底全面开放物流能力之后,其核心能力的又一次开放,这也标志着京东商城由互联网渠道商正在转型成为了泛零售的服务提供商。

徐雷表示,随着移动互联网的发展,当下品牌商的营销环境正在发生着剧烈的变化。最主要体现在以下五个方面:媒体的分散化,从传统电视的小于500个频道到目前上万个APP;屏幕的多样化:基于GlobalWebIndex在2016年的最新调查,消费者平均拥有3.64个设备和终端;技术的碎片化:营销者面临着海量且分散的营销工具,使用成本越来越高。这三个原因也导致了消费者行为的去中心化和大量的数据孤岛,品牌商发现越来越难以理解消费者和把握消费趋势。

如何建立与消费者直接的联系?如何影响消费者的购买决策?如何

## 全面转型泛零售服务提供商



京东集团高级副总裁、京东商城营销平台体系负责人徐雷建立消费者的忠诚度?如何在全媒体线上线下贯通的场景下,记录分析消费者的浏览消费数据,把握消费者的兴趣爱好,以及使得营销费用更有效率?所有这些问题都成为了品牌商难以跨越的门槛。

徐雷认为,京东能够帮助品牌商解决这些问题的根本在于:京东的营销能力是基于实体零售的基因构建的。

通过品牌营销、数字营销和整合营销,京东已经为品牌商打造出了一个从消费者洞察、数据分析、传播推广到销售落地以及后续物流服务、客户管理的全价值链体系。徐雷认为,JD IDEAL的营销方法论已经相比起传统的数字营销大幅度拓展到了“生意”的维度。“可预见、可评估、可衡量是京东营销的核心本质,我们不是一个广告商,而是一家零售商。”

## 风行发布2017全平台内容资源

2017年1月5日,风行网2017资源发布会在上海举办,本次发布会以“智时代,FUN眼看”为主题,风行网CEO周灿、营销中心总经理雷蕴、产品副总裁张伟等



领导出席本次活动,并展示了风行网、风行电视在2017年的内容资源,同时发布了短视频新产品。

风行网CEO周灿表示,风行网创办至今的11年,也刚好是智能时代的11年发展史。在最近的10年里,互联网技术的进步带来产品体验的不断升级,也使这些产品逐渐渗透到我们日常生活中,无论是各种智能硬件还是各类互联网+和黑科技。而在这智能时代发展的过程中,风行一直以来奉行将最好的视频服务带给每个人,时刻让人们体会到风行网视频服务的魅力。

## 让憧憬照进现实2017

### CES松下高举“未来生活”风向标

2017年1月5日至8日,一年一度的国际消费电子展(CES)如期而至,于美国拉斯维加斯会展中心盛大举办。在这一全球最大规模消费电子技术盛会上, Panasonic株式会社也盛情呈上缤纷科技与创意解决方案,以“Cross Value Solutions for Smart City”为主题,在1576平方米的超大空间中,通过“Smart Mobility”、“Smart Entertainment”和“Smart Home”三大场景的展示,呈现出“利用松下独有的技术和与合作伙伴企业间的业务协作来实现的未来城市与生活”。此外,本年度还特设了“Future Tech Lab.”和“Technics”区域,用无限的创新力与科技的实现力,令松下坚持不懈创造的“憧憬的生活”正一点点走入大众的视线当中,逐渐转化为现实。



## 上海电子消费品回收利用指数发布

1月12日,上海产业转型发展研究院举行新闻发布会,向社会首次发布“上海电子消费品回收利用指数”。这是全国首个发布的绿色消费、循环经济方面的指数。本次指数发布,旨在推广、普及绿色消费,倡导物尽其用、循环经济,推动资源综合利用,引导各级政府关注、关心、支持所在区域绿色消费,带动电子消费品研发、制造转型升级。

随着中国经济的迅速发展和科技的飞速进步,电子消费品更新换代速度加快,国内电子废物大量产生,若处理不当,不仅造成严重的环境污染,也会带来大量的资源浪费。如何有效引导电子废物的流向,使资源得到有效利用,有毒有害物质得到安全处置,成为亟待解决的一个问题。随着全球资源和环境问题的日益突出,环保产业将进入大发展的阶段,而在工业文明走向生态文明的过程中,互联网、大数据成为重要推力,电子消费品回收利用与“互联网+”融合成为趋势,在消费过程中自发产生了大量数据。在此背景下,推出上海电子消费品回收利用指数正当其时。

发布会上,上海产业转型发展研究院转型指数研究所技术总监吴萍对指数进行了解读。“上海电子消费品回收利用指数”依托国内著名的电子消费品回收利用平台——爱回收的大数据,选取2016年上海各区电子消费品回收个数、回收价值、减少碳排放、再利用价值、回收人数、占常住人口比等12项指标,并对各指标进行加权,构建形成指数体系,涵盖低碳环保、经济效益、公众认知三个维度,从而对绿色消费、循环经济进行综合分析。

此前,研究院发布了“上海区县转型发展指数”、“长江经济带城市转型发展指数研究成果发布”、“上海城市摩行指数”,均取得了不错的社会反响。据悉,上海电子产品无论消费数量还是金额均处全国前列,在电子消费品回收和利用方面积累了宝贵的经验。推出“上海电子消费品回收利用指数”,为制定城市产业政策、推动产业转型升级提供了重要支撑,也为普及、推广绿色消费贡献了上海智慧。

## 国美三十周年庆典狂欢启幕



近日,上海国美总经理王炎表示,即将到来的新年恰逢集团30周年庆典。30年来,国美从最初“买电器,到国美,花钱不后悔”到“有国美生活美”,再到现在的“被信任是一种快乐”,品牌口号的不断演化,对于消费者,却始终离不开一个“信”字。上海国美作为集团在全国的重要组成部分之一,自1999年入沪以来,深受消费者的信任与支持,借此机会,上海国美也将全面开启家电低价狂欢Party回馈消费者的厚爱。2017年1月3日,国美通过PC端和APP端形成第一波“跨年篇”;1月4日至2月6日第二波“年货篇”;2月7日至14日第三波“情人节篇”都将陆续上演。

届时,上海国美还将推出全品类一线主流产品,以全规格段、全价格段的全年至大优惠力度回馈消费者,活动期间“满1000返200(100元国美门店使用券,100元国美在线电器城使用券)”、“套购折上折”、“套购送好礼(电饭煲、微波炉、吸尘器、32英寸液晶、最高送42英寸液晶)”、“30跨年狂欢”等亮点活动助力周年庆。值得一提的是,活动期间国美也将优化配送路线,强化售后安装效率,大量增派物流配送车辆及专业服务人员,确保为消费者提供一日三达的专享服务,享受“精准送装,时间您定”的服务,以及“易安低价保障险保驾护航,买贵立赔”的售后保障服务。

据悉,1月13日-15日“年货节”抢购三天,海信空调力推占据消费主导地位的一二级高效变频空调,其中行业更具代表性的技术含量高、舒适度高的智能新品因掀起大众消费新潮不断引爆话题,一个是健康美肤为主打的“女神”空调,被认定为2016年我国空调市场十大现象级产品之一,另外一个是具有颠覆性创新的“炫转”空调,因智能“会思考”、360°送风等新一代技术已成为当下空调市场前沿的代表性产品。此外,还有“小炫风”空调、“炫彩”空调等产品加入明星产品阵容。

今年“年货节”与往年又一不同之处是,海信组合年货家电“套购”拿出一大波福利温情登场:认筹获赠超值年货、套购专享惊喜价、每天前66名顾客获赠春联万福、国家羽毛球超级联赛门票等等;尤为受瞩目的是,返乡族凭回程机票、火车票、长途汽车票购机抵200元购机款,带“信”回家点燃返乡抢购潮。

## 家电国货受热捧

### 海信空调“年货节”打响品质消费

1月13日,随着春节年味愈浓,海信联手全国万店和商家在空调市场掀起的第二届“年货节”跨年大促迎来新一轮高潮,炫转空调、珍珠空调等高品质精品组合一大波套购优质福利深入人心,温情引爆多地返乡族的抢购热潮,这不仅是眼下家电市场更吸睛的一场年度促销盛宴,更是难得的一次全国家电年货狂欢。



海信“年货节”在空调市场主打精品系列

据悉,1月13日-15日“年货节”抢购三天,海信空调力推占据消费主导地位的一二级高效变频空调,其中行业更具代表性的技术含量高、舒适度高的智能新品因掀起大众消费新潮不断引爆话题,一个是健康美肤为主打的“女神”空调,被认定为2016年我国空调市场十大现象级产品之一,另外一个是具有颠覆性创新的“炫转”空调,因智能“会思考”、360°送风等新一代技术已成为当下空调市场前沿的代表性产品。此外,还有“小炫风”空调、“炫彩”空调等产品加入明星产品阵容。

今年“年货节”与往年又一不同之处是,海信组合年货家电“套购”拿出一大波福利温情登场:认筹获赠超值年货、套购专享惊喜价、每天前66名顾客获赠春联万福、国家羽毛球超级联赛门票等等;尤为受瞩目的是,返乡族凭回程机票、火车票、长途汽车票购机抵200元购机款,带“信”回家点燃返乡抢购潮。

## 途牛启动2017大型邮轮预售

### 用户可享“全程价保”等多项权益

1月10日,途牛旅游网2017年邮轮预售产品活动精彩上线,涵盖了日韩、欧美、地中海、阿拉斯加等多个高性价比热门航线、途牛包船航线以及前往南北极的邮轮产品,类型丰富多样,游客可分别从华东、华北、华南等地出发。此外,途牛还承诺为游客提供“全程价保”和“出游前90天无损取消”等专属权益。

途牛邮轮事业部总经理刘建斌介绍,2017年途牛邮轮预售品牌阵容强大,除了全球豪华邮轮集团皇家加勒比游轮、歌诗达邮轮、公主邮轮、地中海邮轮、天海邮轮、丽星邮轮等除外,还加入了诺唯真游轮、星梦邮轮等邮轮家族新成员。其中,1月29日广州出发“星梦云顶号广州-岷港-河内(下龙湾)-广州6天5晚”产品,可以让游客体验东南亚别样的新春之旅;7月13日上海出发“诺唯真邮轮喜悦号上海-济州-长崎-上海4晚5日”产品,可以让游客抢先感受“海上头等舱”的奢华。

《时尚3C》编辑邮箱 181644262@qq.com

Hisense 海信集团 第二届 带信回家 家电年货节

联系电话: 021-61177311  
地址: 上海各大家电卖场海信电视专柜