

天猫母婴心动启航盛典，绽放一起成长的精彩

5月15日，天猫母婴在上海船舶馆举办的“520天猫亲子节心动启航盛典”隆重上演，正式奏响了天猫亲子节活动的序曲。今年天猫母婴不断创新求变，在以往只关注儿童的儿童节基础上，洞察消费者需求，更多关注母亲和孩子共同的成长，推出520天猫亲子节，同时打出了“一起成长一起精彩”的全新主张。此次心动启航盛典，天猫与多家全球顶级母婴品牌一起，通过精彩纷呈的节目演绎，诠释消费升级和母婴品牌双重升级。通过阿里大数据，天猫母婴可以洞察消费者需求，从“品质安全、科学育儿和潮流风尚”三个方面共同开启行业发展新机遇。心动启航盛典盛况空前，娱乐明星，时尚辣妈也前来助阵，章子怡、叶一茜、蔡少芬、范玮琪夫妇、李锐等明星悉数亮相，现场分享独家育儿心得，共同倡导新时代的亲子关系。

品牌精彩大秀 重新定义行业新风向

天猫母婴通过大数据洞悉新一代妈妈切身需求，通过平台影响力联合全球各大顶级母婴品牌，为中国新一代妈妈提供全球视野的育儿神器和安全保障。在品质安全的重新定义环节，帮宝适、美德乐、全棉时代、美素佳儿、金佰利好奇、littlefreddie小皮、尤妮佳纷纷通过自己的表演秀重新演绎了对品质安全创新与追求。新一代妈妈不仅追求放心的品质，更希望通过产品升级创新，带来育儿方式的进步，安路儿童、惠氏营养品、美泰中国、绘儿乐、美赞臣在科学育儿的重新定义环节，让观众现场领略了品牌如何通过产品核心升级引领育儿认知和亲子关系的升级，为新一代妈妈提供更智慧、更丰富、更安全的选择。在现场可以看到天猫母婴，精挑细选为每一个妈妈与宝宝独家提供全新升级产品，推动重新定义亲子关系，让孩子获得更好的呵护，让妈妈感受更好的生活，赋予妈妈和孩子一起精彩的人生体验。



此次活动还有堪称高级时装发布的精彩大秀环节，天猫母婴联合全球顶级时尚品牌，知名独立设计师，为新一代妈妈和宝宝推出时尚亲子系列产品。满足妈妈们时尚个性主张，让每一位妈妈都能找到属于自己的亲子时尚。走秀环节的一大亮点，是上演了一场由孩子参与设计的小怪兽系列产品发布。天猫母婴的小怪兽计划联合安路儿童、The Children's Place 绮童堡、安奈儿童装、巴拉巴拉、YeehoO英氏、CROCS品牌，通过简单的方式，便捷的操作体验，让用户参与亲子装产品的设计，让亲子共享想象力的精彩。

此次发布会上，天猫母婴在520推出了喵妈顾问团，喵妈顾问团依托平台聚合能力，打造优质内容体系，由跨界名人罗振宇，育儿媒体机构妈咪宝贝，意见领袖年糕妈妈等经过严格的筛选的母婴行业专家和意见领袖，提供优质的母婴专业咨询内容和建议，帮助妈妈解答育儿中的专业问题和烦恼，顺应消费升级下的科学育儿新理念。

科技创新驱动：国美重塑供需价值链

围绕用户与需求的整体布局，国美推出“新零售”的连接器——国美Plus。它线下链接国美终端遍布全国的1600多家实体店、优势物流链和供应链，线上整合了国美在线、美信、国美管家、GOME酒窖、国美海外购等业务的资源，依靠互联网最新的大数据及云计算为后台技术保障，最终向用户提供跨渠道、无缝化的新型购物场景体验。

由此，国美实现了系统融合、商品融合、服务融合，从采购、库存、价格、营销、会员与物流仓储等六大方面打通线上线下的零售环节，最终构建完整的用户生态闭环。

特别是在商品融合的含义中，国美全品类商品在线上线下两个渠道相互覆盖，基于线上的海量存储，线下商品100%覆盖到线上，线上优质商品可以引流至线下。消费者可以根据自己的意愿和个性化需求，任意选择线上线下下单，进而可以选择物流配送或门店自提，24小时自由穿行的购物场景深受消费者青睐。

戴森在沪揭幕科技实验室，展望长期在华投资愿景

2017年5月16日，戴森在沪新建的戴森科技实验室今日正式揭幕，上海市黄浦区有关领导和英国驻华大使吴百纳女士应邀出席。

作为全球25亿英镑扩张计划的一部分，戴森将于未来12个月内在中国打造一支由50名工程师和支持人员组成的专责团队。戴森科技实验室配有若干间软硬件试用实验室，整合戴森软硬件专业实力，实现戴森设备在中国独特数字生态圈内的本土化。实验室坐落于上海市黄浦区八号桥创意产业集聚区的中心地带，戴森工程技术团队将会专注于面向中国消费者及其家庭的新技术研究并快速将智联技术引入中国市场。

途牛发布

《全球最受欢迎博物馆排行榜》

5月17日，途牛旅游网对外发布《全球最受欢迎博物馆排行榜》。根据过去一年途牛用户预订数据评选出了全球最受欢迎十大博物馆，分别是秦始皇帝陵兵马俑博物院、埃及博物馆、迪拜博物馆、大英博物馆、陕西历史博物馆、巴黎莫奈博物馆、中国国家博物馆、伦敦信不信由你博物馆、中国人民革命军事博物馆、大理州博物馆等。

此外，不少奇趣、艺术类博物馆受到众多年轻游客的欢迎。此次上榜的伦敦信不信由你博物馆，搜集了世界上各个地方的奇人轶事怪谈。主要展出一位名为RobertRipley的冒险家多年来在全球198个国家旅行时，搜集的照片、漫画、工艺品等。

“博物馆在历史、艺术、科技等领域都具有较高的研究价值，随着文化旅游市场的快速发展，博物馆正成为深层次、高品位旅游产品的基础。未来，我们将继续为用户提供更多元化的博物馆类产品以满足用户文化旅游的消费需求。”

《时尚3C》编辑邮箱 181644262@qq.com

ISH开幕 林内绿色采暖解决方案引领“煤改气”新方向

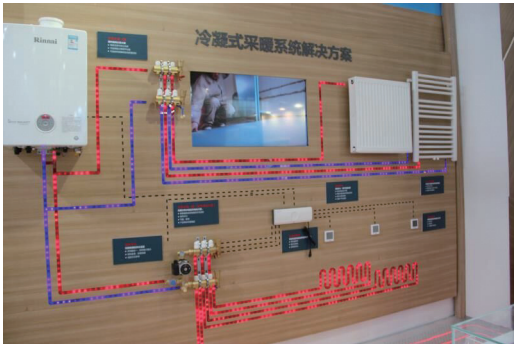
5月18—20日，中国国际供热通风空调、卫浴及舒适家居系统展览会（简称：中国供热展）在北京中国国际展览中心开幕。时下席卷华北的“煤改气”工程成为今年展会的焦点。

本届展会上，全球燃气具巨头——林内以“绿色采暖，还天空一片蔚蓝”为展示主题，作为绿色环保的倡导者和先行者，携绿色采暖解决方案参展，成为展会一大亮点。

倡导可持续发展，践行绿色多能源综合利用

本次展会上，林内针对绿色采暖提供了多种解决方案，包括替代燃煤炉的普通壁挂炉、冷凝式壁挂炉采暖系统、ECO ONE（空气能+冷凝式采暖炉）采暖系统、太阳能燃气采暖系统等。其中，林内冷凝式壁挂炉的一氧化碳和氮氧化物的排放量达到了国家五级标准，完全可以满足北京今年四月份开始实施的最严《锅炉污染物排放标准》。以华北农村150平米的测算，使用冷凝式采暖炉供暖，一年的燃气使用成本在5000元左右，比燃煤的成本高不了多少。

2010年林内开发的ECO ONE混合能源系统，实现了燃气和空气能的完美结合。小量供热、用水时优先由空气能热泵提供，大量用水或者供暖时启动燃气热水器进行辅助加热，可以大大降低能源消耗，减少有害气体排放。根据林内在日本多个地区家庭的使用调查，ECO ONE比普通采暖炉可以减少58%的碳排放，综合热水和采暖的使用费用可以降低约40%。



年，技术和使用经验方面已经非常成熟，不仅适合于城市家庭的供暖，更是农村清洁能源供暖的替换选择。

“煤改气”工程显成效，林内采暖炉在多地中标

崇尚节能、环保、智能的林内不但在理念上，更是在实践中推动绿色能源的使用。据了解，自实施“煤改气”政策以来，林内采暖炉在北京、石家庄、廊坊、霸州、安阳、大庆、秦皇岛、保定、长治、阳曲、南阳等地区陆续中标。其中，部分项目2016年已经安装使用，得到了用户的普遍好评。

2017年3月，在林内上海奉贤产业园开业庆典上，林内集团执行董事、上海林内董事总经理进士克彦表示，未来林内在混合能源产品开发上，也将投入更多的资源，一切从消费者的实际需要出发，以绿色智能科技为手段，为消费者提供更加美好的生活体验，也推动中国综合热能器具行业向绿色智能化、人性化、高端化发展。

一季度出口增幅超行业5.7倍，海信空调乘风而起

最近“一带一路”这个词火到不行，人们不断热议。“一带一路”是什么呢？“一带一路”分别指的是丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路。

海信已经在海外建有17个分公司并覆盖欧洲、美洲、非洲、中东、澳洲及东南亚等地区，建有3个生产基地实施区域化生产，在全球拥有12个研发机构，产品远销130多个国家和地区。其中“一带一路”国家，是海信空调出口的主要方向。

还不只是这些，海信的墨西哥工厂为当地提供了近千个工作岗位，拉动了周边工厂和当地企业的配套和采购，预计2017年上缴利税可达180万美元。在捷克，客户对海信的服务高度



评价，工厂的高度专业化夯实了客户对海信品牌的信心，海信高端高品质产品的策略赢得了当地用户尊重。

海信每进入一个国家，一个市场，除了技术与研发，服务与售后等也是一起全线进入的，海信做的，是给各国消费者建立品牌认知与品牌信赖。

谁说只有日韩电器好？海信第一个有话说。海信在国外的知名度，可与日韩品牌齐名的，除了国外品牌，在澳大利亚、英国等发达国家，海信品牌认知度，也是在中国品牌中超高的。

随后海信又成为了世界杯赞助商，借助体育营销这股东风，把海信品牌又带上了新的高度。

但是这些，海信不满足，也不骄傲，海信完善自己品牌科技与服务的同时，也在等待更多的国内品牌，一起到世界这个大舞台上，展示自己，表现自己的实力。

“一带一路”一起走，海信，在路上。

Hisense 海信空调

男神到 润养一夏

海信男神空调 定义中国好空气

海信变频空调 开创立体空气新概念

一键润养 享受舒适

零感风 享清凉

nanoe™技术 杀菌补水护发

智能光感 呵护睡眠

海信空调 变频专家

好空气 懂健康