

三星QLED TV惊艳沪上，极致简约诠释未来格调

7月6日，三星QLED量子点电视“遇见·未来格调”媒体品鉴会在上海举办，年初一举斩获“2017CES产品创新大奖”和艾普兰金奖的QLED光质量子点电视Q8C惊艳亮相，以极致简约的工艺设计和绚丽的屏幕色彩诠释未来格调。

因为一场工艺的变革，极简演变成为一种美学标准。极简的形式源自生活哲学与功能，其背后是一种高超的工艺品质与完美的用户体验。三星QLED光质量子点电视将笨重的工业品变成了一件极简、轻薄的工艺品，是极简主义之下的匠心之作。

为了将电视做到极简，三星QLED TV几乎做到了四边无边框，整个画面就像浮于空中，最大限度地减小了电视边框对于视觉的干扰。出于对极致工业设计的不懈追求，三星将极致简约风格一直延续到被人忽略的电视背面，机身表面不使用一颗螺丝，营造出了一种360°无死角的视觉体验。

三星还创新性地解决了电视走线凌乱的问题，推出薄幕一线隐形式连接设计，用一根纤细的、几乎看不见的光缆就解决了消费者一直以来的痛点。通过这根直径仅1.8毫米的透明线缆就可以将所有外接设备



三星产品讲师现场讲解QLED TV优势

接驳到电视上，让家装更加随心所欲。今年，三星还极富心思地为QLED TV准备了画架式支架，能随时进行“换装”，宛若一件艺术品。

得益于无镉量子点材料的发明，三星QLED TV不仅能够准确地呈现DCI-P3的色彩空间，而且还是世界上首台对100%显色体积进行还原的电视，这意味着其可以在任何亮度水平下还原所有的颜色，甚至可以在QLED呈现的1500 - 2000nits峰值亮度下，让更细微的差异也无所遁形。

三星QLED TV还专注于提供统一而简

便的用户体验。使用Smart View手机APP就可以在电视上无缝观赏手机内容，并享受视频点播服务。三星电视还可以自动识别广电、IPTV机顶盒以及游戏机、蓝光DVD等多种外接设备，并可通过一个三星万能遥控器来控制。而且，三星强化了语音搜索功能，可帮助用户快速找到想要观看的内容。

面对大环境的变化，未来电视应该更加符合消费者生活方式，由此而衍生出独特价值。三星QLED光质量子点电视突破设计美学极限，完美诠释未来格调。三星电视将以更大胆、更前卫、更人性化设计理念，掀起新一轮的家电美学潮流。

哪些企业的跨界营销值得期待？

从618的战果来看，各品类销量排行中靠前的大多是业内有一定知名度的品牌，随着消费升级的大趋势，国民消费中品牌影响最终购买意愿的因素占比越来越大，企业品牌已成为重要资产，如何将品牌影响力扩大？跨界营销成为不二选择。调性相符的品牌可以通过跨界营销，将双方的资源、粉丝、甚至渠道进行融合，可以说这是企业强强联合的最好方式。

今年618又有哪些备受消费者青睐的跨界营销呢？来看看京东战场上更受欢迎的3C品牌，尤其是互联网品牌。众所周知，互联网品牌作为伴随互联网时代而诞生的新生力量，骨子里流淌着新潮、酷炫的血液，在跨界营销上尤为创新，成为知名传统品牌跨界转型优先选择的小伙伴。此前，饮料届的“大哥”可口可乐就牵手国内互联网新星微鲸展开了“喝小瓶，赢大屏”活动，消费者购买可口可乐旗下的雪碧、可乐、美汁源、芬达等饮料，就有机会参与抽奖，奖品则是微鲸的18000台40D电视，扎心了，这可比“再来一瓶”诱人得多。

不仅如此，之后微鲸还牵手百威发起轰趴自造日活动，以现在流行的轰趴模式，在全国五大城市邀请年轻粉丝加入玩乐。现场，微鲸利用小巧便捷的微鲸投影K1和一秒召唤的微鲸电视，示范了自造私人影院和游戏趴的方法。

微鲸魔方K1投影将轰趴的游戏规则投放到现场，同时也是无线音响，可以释放动感十足的音乐和画面，让现场的人们不停地HIGH起来。



而且微鲸投影可以智能语音切换，轻松搜片、快进快退和切换到下一首，并可从音响模式通过喊“投影”就自动切换到投影模式，不用动手只动口，HIGH到最后再来一口百威，现场气氛燃爆，轰趴自造日活动在举行期间，引起极大反响，微博话题#陈伟霆喊你来轰趴#的讨论度高达1.1亿。

微鲸和百威的品牌代言人都是年轻人喜爱的陈伟霆，其身上年轻、时尚、先锋的形象与两家企业的形象相吻合，借由陈伟霆的代言为两家牵线，发起这次围绕大屏、家庭娱乐展开的场景跨界营销，在吸引粉丝的同时也帮助微鲸收获了良好的口碑。

切入年轻市场 品牌营销制胜之道

据每日经济新闻在618网购主力的调查中，70后无感、80后挑大梁、90后最热情，由此可见，在电商狂欢节上，年轻群体是消费主力。而这些品牌，切入年轻人感兴趣的话题点、携手年轻人喜欢的潮酷品牌和优质偶像，以年轻人的喜好为出发点玩跨界，真正打入年轻市场的痛点，自然也收获颇丰。

比如微鲸，虽然是一家成立两年不到的互联网企业，却在今年的618大获全胜，微鲸智能语音电视D系列领跑热销榜，收获了高达98%好评的优秀口碑，微鲸智能投影F1更新获投影仪品类销冠。毕竟，能和年轻人玩到一起的品牌，才能在这个时代站稳脚跟。

格兰仕微波炉25年：像变形金刚一样的经典陪伴

从1984年变形金刚的漫画形象，到2007年一部接一部的《变形金刚》好莱坞电影，是几代人心中的经典记忆。在我们的日常生活中，同样不乏这样的经典陪伴。微波炉发明距今70周年，但十几亿国人对于微波炉的记忆，基本都是从25年前，伴随着中国品牌格兰仕才开始累积的。

在《变形金刚5》热播之际，格兰仕盛夏感恩中国行的“i无微不至”温情大片也在全国各地的家电卖场内火热上演，寻找25年格兰仕微波炉用户免费换新。大电影中，大黄蜂一句台词让人记忆深刻：“知道吗，你是我一辈子最在意的人，只要你需要我，我永远离不开。”

格兰仕微波炉虽然爱在心中口难开，但它用岁月诠释了忠诚和信赖。随着“i无微不至”寻找老用户以旧换新活动的推进，无数有关格兰仕微波炉的美誉和口碑在微博、微信等自媒体中传扬。

网友汶子说：“我家的是1998年买的，现在也20年了，当初买的原因就是给孩子消毒奶瓶，主要用于孩子，现在孩子都武汉大学大一新生了！欣喜的是到现在微波炉还好好地！”能够正常使用20多年，岁月证明了格兰仕微波炉的陪伴品质。



“努力，让顾客感动”的初心贯穿研发设计制造的始终，才有了格兰仕微波炉口碑的代代相传。但是，微波炉毕竟是日常家电，按照国家标准，最高使用年限不应超过10年。家庭用户往往容易忽视，长时间超期服役的家电，不仅增加不必要的电费支出，还存在不安全的隐患。

25年来，随着消费的变化，格兰仕引领微波炉从材质、设计到核心技术不断升级。眼下主演“i无微不至”的i系列，颠覆传统微波炉的钢材+塑料复合材料机身，采用高级合金和镀膜玻璃设计面板，配置高端全不锈钢内胆，俨然化身烹饪大师的金刚侠，以全球领先的智造实力引领消费升级，集结超过亿元的大投入发起微波炉以旧换新，吸睛力十足。

眼下，以“i无微不至”为主题的格兰仕盛夏感恩中国行已全面启动，支持全国微波炉用户以旧换新、消费升级，全国各地格兰仕专柜同步“感恩”。25年格兰仕微波炉功勋用户可免费换领一台高端的i系列微波炉，20年以上钻石用户、10年以上铂金用户、10年以下黄金用户分别能获得500元、400元和300元的高额换新补贴。即使不是格兰仕品牌用户，只要参与“i无微不至”消费升级，也能获得100元的特惠补贴。

Hisense

海信4K激光电视

地址：上海各大家电卖场海信电视专柜抢购！咨询热线：021-61071109



大客厅就要海信激光电视
真实 | 护眼 | 省钱

TCL“fun肆优惠
能量百倍”活动向你袭来



凭借着在高端化、品质化的产品全面布局的优势，下半年TCL将继续不断为消费者带来更高端、更有品质的产品以及让利更多更大的优惠。面对618大促后的空档期苦于无处释放消费能量的用户，TCL决定再次进行面向全国范围内的消费者的巨额让利活动，进一步推动高端电视的普及。

据悉“fun肆优惠，能量百倍”活动将于7月14日-7月16日开启，其间不仅有令人尽情“释放”好声音的K歌大赛，还有多重优惠活动向你袭来，只需前往TCL门店参与K歌比赛，就有机会赢价值4999元TCL 43英寸剧院电视；参与认筹得TCL能量券，凭能量券可获得免费冷饮和微型风扇；凭能量券购买量子点电视，即可享受定金翻倍，最高可抵扣1000元；另外指定款式平面/曲面电视将以劲爆超低价格出现。看到如此众多诱人的优惠的信息是否已经蠢蠢欲动了呢？那就赶快趁此狂欢时期将心仪之物领回家吧！

中国成洛杉矶第二大客源市场
途牛提供“陆+空”全方位服务

美国与中国互发十年签证以来，赴美游客数量逐年攀升。洛杉矶作为美国“国家地理”杂志推荐的一生必去的50个地方之一，受到众多游客的热捧。公开数据显示，2016年到访洛杉矶的中国游客数量超过100万人次，与2015年相比增加22%，且连续7年增幅超过20%。目前，中国已成为洛杉矶第二大客源市场。

作为自驾胜地，众多自助游客人来到洛杉矶都会体验驰骋在美国西海岸的美妙时光。目前，途牛推出的境外租车服务，覆盖全球超过200个国家，3万多个网点，为用户提供70万辆座驾。与此同时，途牛还提供境外租车全险服务，在途牛预订洛杉矶租车，其保险价格仅43元/天起，大幅提升用户体验。

洛杉矶还汇聚了许多世界著名教育机构，受到众多游学一族的欢迎。眼下，暑期已经到来，目前美国东西海岸-黄石13-18日游、“美国东海岸-大瀑布12日游、美国西海岸+大峡谷12-13日游”等众多集名校和美景于一体的跟团游线路咨询和预订数量持续攀升。

针对深度爱好者，除了地面服务外，途牛还可提供“空中服务”。“洛杉矶浪漫直升机旅游连山顶着陆”等全新上架的线路，将带领用户饱览美丽的加州海岸线。“未来，我们将推出更加多元化的产品内容，为用户提供全方位的服务。在提高用户复购率的同时，吸引更多新的客群。”途牛旅游网相关负责人表示。

《时尚3C》编辑邮箱 181644262@qq.com