

途牛2018春季产品发布会: 全面拓展目的地服务网络, 让旅游更简单

5月15日, 围绕“目的地服务让旅游更简单”主题, 2018途牛春季产品发布会在北京举行。途牛将从建立国内自营地接服务网络“随往旅业”、搭建目的地频道、发力“枢纽联运+干线+目的地服务”模式、拓展海外直营地接服务网络“环球经典”、招募“全球合伙人”、提供全球旅拍服务等多个维度全面拓展目的地服务网络, 提升客户目的地服务体验。

途牛旅游网CEO于敦德表示, 在目的地服务场景下, 途牛希望通过深入和改善服务细节, 实现供给侧的提升和创新, 满足客户消费升级需求, 提供更加高品质的目的地体验。

自2009年推出至今, 途牛高品质跟团游产品品牌“牛人专线”已覆盖全国30个区域性目的地, 产品数近千条, 累计服务人次146万, 其中100%满意度产品截至目前已达99条。

发布会上, 途牛旅游网高级副总裁李丽表示, 途牛通过建设国内自营地接“随往旅业”, 有效解决客户出游中的导游服务、酒店、行程安排、交通、餐饮等痛点, 极大地提升了随往接待牛人专线产品客户满意度。



途牛旅游网CTO陈世宏在发布会上表示, 在深度和体验式旅游崭露头角的趋势下, 途牛自2018年初开始搭建“目的地频道”, 让游客轻松实现“交通+住宿+当地玩乐”旅游产品的“边走边订”。目前途牛“目的地频道”已经覆盖1127个目的地, 并计划在未来3年内覆盖20000个目的地。目的地频道还引入了零售平台模式, 预计3年内拓展2000家商户, 产品SKU覆盖10万。

为了满足客户多元化、个性化需求, 途牛“目的地频道”将覆盖产品品类由原先的9个拓展至25个, 包括当地用车、空中玩乐、水上玩乐、地面玩乐、婚拍等。与此同时, 途牛通过问答、游记、直播、视频、玩法等内容服务, 帮助游客一站式解决出游决策问题; 通过“牛跟班”为出游中客户提供“旅游攻略咨询”“出游中产品预订”“SOS紧急支援保障”“旅行社交平台”等多场景服务, 保障游客出游。

此外, 途牛发力微信小程序, 支持地图导购模式, 帮助客户实现“边走边订”。多维度的途牛小程序矩阵将在微信端形成闭环, 为客户提供更好的体验。

相信改变再聚力, 海信携手天猫同启新零售战略合作

2018年5月14日, 在“新零售”大背景下, “海信新零售快闪店”亮相杭州亲橙里。海信电商、天猫消费电子、天猫品牌营销中心相关负责人, 以及各界媒体朋友齐聚海信天猫亲橙里新零售战略合作发布会的活动现场, 共同见证此次新零售战略合作。

自2016年阿里云栖大会上, 马云提出“新零售”概念后, 各行业领域纷纷加入布局, 始终“相信改变”的海信, 依托49年来的市场积累和技术实力, 在这一刻果断出手, 秀上一波快闪新橙里。

结合海信2018年世界杯官方赞助商的身份, 以及FIFA世界杯全球指定电视的产品实力, 此次新零售快闪店已经满是海信的世界杯营销气氛。

海信在这里, 携手阿里的天猫电商平台, 助力世界杯, 打造海信514天猫超级品牌日, 共同推进智能POS+线上线下会员通项目, 协助海信升级在高铁、机场等地体验店等, 计划2018年升级



海信专卖店或新建智慧门店共计100家, 争取实现智慧门店销售额超过1亿元。

在启动仪式的现场, 巨大的LED大屏幕里播放着《足球梦, 更清晰》, 这是早前海信携手天猫到了四川绵阳市的海信陈家坝小学, 记录下来的一段关于“足球梦”的影片。

影片的主角陈家坝的小朋友也来到了现场, 令人颇为感动的是, 被陈家坝的小朋友当作偶像的“范志毅”也一同出现在了发布会现场。现场球技教学、足球对抗将发布会推向高潮。

此次新零售战略合作发布会, 海信还特别邀请到了《奇葩大会》里的名嘴罗莉马剑越前来助阵, 借助相信改变的力量, 同海信和天猫一起为梦想发声。

世界杯从来不会缺席, 追逐梦想总会实现。海信现场赠送给海信陈家坝小朋友世界杯定制电视, 希望海信电视能为他们打开另一扇了解足球梦的世界大门, 让每一个足球梦更清晰。

雷士智慧家居进化论: 人本照明, 下一个智能风口



5月11日, 雷士照明X天猫精灵战略合作暨智慧家居进化趋势发布会在杭州盛大举行。专注聚焦人本照明研究领域的专家、学者、雷士集团与天猫的高层领导共同出席了本次发布会。雷士集团执行董事王顿代表雷士集团智能研究院和阿里巴巴人工智能实验室总经理浅雪签订战略合作协议, 共同开发新一代的智慧家居解决方案。

雷士集团执行董事王顿表示, 以全新的LED芯片为核心的、以IOT通讯为基础、以AI算法为驱动的有益于舒适健康生活的, 并可以根据生活场景定制照明环境的照明方式, 即为人本照明。王顿进一步指出, 人本照明时代, 光谱是可编程的, 控制是集成语音、手势、APP、遥控、面板等多种形式的。

王顿介绍了雷士集团人本照明实验室——雷云科技。雷云科技在开启人本照明时代的技术储备已经成熟, 并做到了三大核心突破。雷云科技拥有对人体健康针对性更强的芯片, 创造更加科学舒适的光照, 从而给用户提供更“懂”你的全新光环境。

雷云科技拥有行业领先的光电解决方案、用户体感最舒适的调光算法, 以及基于AI的最为智慧的照明科技, 硬件、软件、算法、数据四位一体, 引领照明行业变革。雷云科技的产品专注于三个领域: 家居空间、商用空间以及行业赋能。

阿里巴巴人工智能实验室总经理浅雪介绍了人工智能的最新研发成果及未来研究方向。阿里拥有行业深厚的数据与AI技术储备, 且智能音箱中用户对于家居照明的控制及调节行为占据了全部用户行为的40%以上。浅雪指出, 当雷士与天猫精灵通过AI相遇, 未来智能照明行业会变得非常简单, 伴随着雷士照明与天猫精灵的合作, 也意味着中国首次大规模商用在整个人工智能和智慧照明领域取得了巨大突破。

雷士方面表示, 基于阿里云的天猫精灵提供的用户语音界面及智能硬件, 与基于雷云提供的智慧照明芯片、灯具硬件、AI调光算法, 使得天猫精灵与雷士照明的合作成为必然。

vivo X21 FIFA世界杯非凡版震撼公布 红蓝CP点燃全球足球激情



2018年FIFA世界杯, 即将在俄罗斯的11个城市共12个球场轮番上演。就在本届世界杯开幕倒计时进入一个月之际, 世界杯全球官方手机赞助商vivo在今天上午正式公布为世界杯打造的定制版手机——X21 FIFA世界杯非凡版, 在这个夏日狂欢之前奉上一道“开胃大菜”。

作为世界杯定制机, vivo X21 FIFA世界杯非凡版自然“与众不同”。两款手机都融入2018 FIFA世界杯官方设计元素, 以机身背面为例, 2018 FIFA俄罗斯世界杯背景图层设计纳入机身背面, 光感纹理的植入, 让整个手机在随着角度变化时, 光影的流转产生丰富的视觉效果, 灵动绚丽。机身下部所采用的2018 FIFA世界杯官方徽标——大力神杯则采用了立体设计, 在静谧的光学技术下完美镶嵌在玻璃之中, 整体散发出金属的光泽感与立体感, 完美展现足球精神的内核。两种设计在机身背面邂逅, 打造出无与伦比的时尚质感。

耐人寻味的莫过于vivo X21 FIFA世界杯非凡版所拥有的两种配色——胜利红以及典藏蓝, 灵感源自FIFA世界杯官方会徽, 并经过独家定制实现色彩。胜利红, 本身就是热情张扬的色彩, 命名更彰显着必将胜利的霸气和喜悦, 并将这一份情绪传递给全世界热爱足球的人, 在这个夏天为每一粒进球而呐喊。所使用的FIFA官方魔力红的渐变设计, 贴合当前的时尚潮流, 在炽热浓烈的色彩下反射出打动人心魄的质感。

vivo X21搭载一块6.28英寸Super AMOLED高清显示屏, 尤其是在超窄边框以及超窄U型槽的配合下达成90.3%超高屏占比。加持这一代X21自主研发的Deep Field深空音效提供身临其境的现场观看感受, 世界杯期间即使无法到达现场, 也能够感受到绿茵场上的每一缕激情。

vivo联手FIFA世界杯推出X21世界杯非凡版, 在X21本身超高品质的基础上进行世界杯元素的深度定制, 这种独特性散发出时尚质感的迷人魅力。激情体育与时尚科技的相互融合, 将是一场艺术狂欢。更多精彩也将在5月22日非凡之夜揭晓, 敬请期待。

《时尚3C》编辑邮箱 181644262@qq.com

Hisense



2018年FIFA世界杯官方赞助商

让世界 看在一起

全球 80 个 国家 和 地区 荣 耀 上 市

2018 FIFA 世界杯官方指定电视
- U7 世界观 II



超画质电视



三面无边全面屏



杜比全景声



人工智能系统



智能切换体育模式

