

发力体育营销 三星电子正式签约江苏苏宁足球俱乐部

2018年12月6日,三星电子与苏宁在南京正式达成战略合作伙伴关系,并就三星电子赞助江苏苏宁足球俱乐部举行了赞助签约仪式。通过此次签约,三星电子将在2019-2021赛季成为江苏苏宁足球俱乐部的赞助商,并获得球衣的胸前和背后广告。苏宁将士将身披印有“三星(Samsung)”标志的全新战袍,征战未来三个赛季的所有赛事。

本次签约仪式,除了三星电子成为江苏苏宁足球俱乐部赞助商外,未来双方在战略

层面的合作方向,也变得更加清晰。目前三星电子不断强化在中端手机市场的竞争力,刚刚为中国年轻消费者推出了三星首款后置四摄手机Galaxy



(江苏苏宁足球队球员周云、黄紫昌与苏宁控股集团董事长张近东、三星电子移动通信部门总裁高东真合影)

A9s以及专为中国市场定制的Galaxy A6s。在未来,三星电子还将推出更多搭载全球领先科技的中端产品。凭借双方的战略合作,苏宁将会利用自身在渠道上的优势,进一步推动三星电子的产品在苏宁旗下重点销售渠道的渗透;同时也将带来更加丰富的线上线下营销活动,以回馈广大消费者的支持与厚爱。

今年,三星电子不断强化与渠道合作伙伴的共同探索与创新,在全国多个重要城市的核心商圈内,三星推出了体验与购物一站式的新形象授权体验店和盖乐世高端体验馆。在行销模式、体验与服务方面进行了全面的升级优化,打造了全新的线下零售模式。

学习负担重VS护眼健康,海信激光电视让家长不再两难

家长们该如何平衡孩子的学习和用眼时间?上海市眼病防治中心公共卫生副主任医师、防治科副科长何鲜桂表示:“表面上,大多数家长表示孩子的视力和学习成绩一样重要,但是实际中,他们更倾向于牺牲孩子的部分视力去换取成绩。”那么面对如此两难的境地,小编有一个办法,或许能为您排忧解难。

激光电视专家刘显荣博士指出,激光电视健康护眼的特性是由其发光成像原理决定的。激光电视经过屏幕将光线反射到观看者的眼中,如同自然界的万物反射阳光最终成像进入眼帘,光线柔和舒适不刺眼,并且优于纸质阅读20%,从根源上避免了光源直射眼睛而导致的眼部疲劳和视力损害。

与此同时,海信本着对消费者负责的态度,消除大家的疑虑与困惑,对激光电视进行了全方位的检测和认证。之前,中国电子技术标准化研究院正式发布了与北京协和医院的眼科专家联合所做的激光电视和液晶电视的对比评测结果,并向海信颁发了激光电视护眼评测证书。

在辅助学习方面,海信激光电视拥有丰富的教育资源,其搭载的聚好学平台聚集了海量的优质教育资源库,包括了30万+小时专业课程,83%特高级教师,97.2%重点名校一线教师,全面覆盖

学前、小学、初中、高中多个阶段,还有特色的英语、兴趣板块,课程全部来源于全国各地名校名师,权威专业。



既能够保护孩子视力,又能够提供强大的学习辅助功能,海信激光电视是真正能够为中国家长排忧解难的电视。

“成长有你相伴有你” 国美32周年携众多品牌实力庆生

12月5日,主题为“成长有你相伴有你”的国美32周年庆典活动在北京举行,海尔集团副总裁李华刚、A.O.史密斯集团高级副总裁兼中国区总裁丁威、欧派家居营销副总裁刘军、华为大中华区副总裁贺嘉、珠海格力电器总裁助理胡文丰、TCL集团副总裁王轶、四川长虹电器多媒体产业公司总经理滕光胜、深圳创维-RGB电子执行副总裁谢思泉、海信家电集团副总裁王云利、索尼(中国)消费电子营业本部副总裁洪钢、美的集团国内市场运营中心总经理王新亮、深圳安吉尔饮水产业集团总裁孔那等全球知名品牌代表,作为国美众多战略合作伙伴的代表,共同见证了国美32年征程与成绩,并通力携手描绘新零售时代的新图谱。

国美零售高级副总裁李俊涛在会上表示,国美32年,是沉淀与蜕变的32年,更是与行业伙伴精诚合作的32年。国美将发挥零售商的平台优势,以能力创造价值,通过开放数据、技术、能力、经验、服务和运营体系来赋能行业;深度链接不同资源和品牌,实现优势互补、共同发展,实现从零售商到服务商的转变,进而不断升级消费体验,推动美好生活进入亿万中国家庭。



国美32周年庆典活动现场

传统家电实体卖场华丽转型 永乐“家·生活”全场景战略加速落地

“家·生活”战略是永乐进军家装行业的重要布局。永乐总经理陶奋表示,永乐探究家装业务始于2016年,从市场调研发现,在永乐消费家电产品的用户中,40%都有家装需求;而购买家装的消费者中,100%都有家电需求。另一方面,由于外部经济环境的冲击,家电和家居行业都面临着巨大的压力,品牌亟待转型。“因此,在消费者需求和行业压力的共同驱动下,永乐进军家装行业,成为了打通家装、家电前后端的企业。永乐在改变!”陶总表示。

自永乐开启新零售时代以来,已逐步对全市门店进行了场景化改造,将原有的传统家电零售卖场模式升级打造成为集家装家居、娱乐体验、休闲购物、智能家电、综合服务于一体的综合性体验卖场,消费者进入永乐就可以完成对于家的美好想象,门店展示已细化到每一个与家相关的场景、空间,用实景生活化展示结合科技手段为消费者提供丰富的、多维度的、全方位的用户体验,让消费者切身、真实地享受到永乐提供的全生命周期的服务。



永乐正在不断地改变和提升自己,围绕家和生活,着力发展创新能力,赋能实体运营能力,成为注重品质体验的全新实体新零售模式,注重场景化、主题化、专业化、一体化、及时性的落地运营服务能力。

途牛:寒假研学游预订升温 出境澳大利亚迎“反季游”热潮

在市场迅猛增长的需求驱动下,途牛顺势推出各类研学旅游产品,特色板块涵盖名校交流、全真课堂、冬/夏令营、领袖成长、文化体验、航空科技等,并通过独具特色的研学服务,帮助用户获得“游+学”相结合的优质出游体验。

“除了在学校安排下参加研学游,不少家长也会自发地咨询培训机构、留学中介、旅行社等,购买研学旅游产品,送孩子出门感受大千世界的美好。”途牛旅游网相关负责人表示。

途牛旅游网监测数据显示,从截至目前寒假研学旅游产品的预订情况看,国内方向,北京是研学旅游的主要目的地,其次是上海、南京、厦门、武汉、广州等地。作为全国政治、文化中心,也是教育最发达的地区之一,北京共有普通高等院校91所。通过“北京双高5日游”、“北京全景5日4晚游”等产品,学生族可以与家人在品烤鸭、逛京城、巡皇宫之余,参观北京大学、清华大学等知名学府。

除了国内高校,境外各大闻名遐迩的高等学府,也吸引了众多学生前往。数据显示,境外游学热度排名靠前的目的地国家为英国、美国、澳大利亚、新西兰、法国、加拿大、日本、德国等。在国内进入寒冬之际,澳大利亚却正值春夏之交,因此,反季前往澳大利亚游学尤其受到欢迎。

加速年轻化 东风轻型车驱动品牌向上



日前,在CEC中国汽车耐力锦标赛年度颁奖典礼上,东风汽车股份有限公司凭借出色的品质和保障能力,获评2018CEC“年度最佳合作伙伴”。作为国内首家与专业赛车队合作的商用车企,东风汽车股份有限公司于2018年正式开启体育营销新纪元,分别与郑州日产车队和TKR动能赛车队达成年度战略合作。作为两支专业赛车队的唯一指定后勤卡车品牌,东风轻型车全程跟随车队南征北战,始终以出众的实力和性能,成为车队夺冠路上可靠的保障。

随着主流消费群体的更新换代,品牌年轻化正成为行业发展的新趋势。为迎合新生代用户的需求,东风轻型车以体育营销作为“抓手”,拉动全价值链的创新,再配合一系列的产品优化改进、销售店面形象更新以及售后服务再度升级等“组合拳”,从整体上强化品牌及产品的核心竞争力,形成年轻化的品牌特质。随着年轻化战略转型的持续推进,东风轻型车将呈现新的发展状态,为品牌的稳健发展带去新的活力。

《时尚3C》编辑邮箱 181644262@qq.com

