

海尔物联网冰箱在柏林展会受青睐

中国知名家电企业海尔集团日前在柏林国际消费电子展上隆重推出一款具有划时代意义的物联网冰箱,让欧洲人与这款充满创意的冰箱实现了零距离亲密接触。

柏林国际消费电子展始于1926年,是德国历史最悠久的工业展会之一,也是全球消费电子业的顶级展会之一。德国本土的米勒和利勃海尔、美国的惠而浦、日本的索尼等世界著名家电品牌均在此次展会上亮出自己最新产品。

当天下午,德国老牌家电企业研发人员于尔根在海尔展台前详细询问着海尔物联网冰箱的工作原理和使用方法。海尔集团欧洲部营销经理王凤军先生一一进行讲解。王凤军说:“这款冰箱是公司根据市场趋势经过一年多研发精心

打造出来的,目前是全球唯一一款物联网冰箱。”

王凤军说:“物联网冰箱将传统冰箱与因特网相连,利用了部分网络功能,从而使人们的生活变得更加方便和多姿多彩。”

他说:“冰箱的门上安装了一个大显示屏,屏幕上共有6个按钮,分别标明食品管理、家庭菜谱、网络配送、娱乐功能和新闻资讯及天气预报等。只要按一下食品管理按钮,冰箱显示屏就显示出冰箱内有哪几样水果或蔬菜,这样人们就可以对冰箱内的食品进行管理了。”

于尔根尝试着按了一下食品管理按钮,冰箱显示屏上立刻显示



出冰箱内有苹果、青椒和香蕉。打开门一看,果然三样东西都在里边。王凤军说:“这是利用了射频技术,通过内置传感器将冰箱内的信息反馈到冰箱门上。人们不用打开冰箱,便可对里面食物一目了然。

如果苹果吃光了,只需按一下网络配送按钮,附近的联网超市就会及时将苹果补充进冰箱,为使用者生活带来很大便利。此外,物联网冰箱还有电视功能,使用者也能用它上网娱乐。”

在本届柏林国际消费电子展上,今年海尔展台面积比去年又增加了200多平方米,为历年之最。在展馆五颜六色的灯光照耀下,海尔的展品熠熠生辉。海尔三个主要展区——环保冰箱区、厨具电器区和时尚家电区吸引着无数欧洲客商驻足忘返。

胡小兵

飞鸿升级至“乐语”手机卖场酝酿变局

“买的舒心,用的放心”是广大消费者在选购手机时最为直接的消费诉求,而专业手机连锁店凭借丰富的产品品类、公道的产品价格以及完善的服务体系赢得了消费者青睐。

在手机零售市场精耕多年的飞鸿手机连锁,秉承“诚信服务”的理念成为当地消费者购机的首选。但近日,笔者走访当地手机市场时发现,广受消费者赞誉的飞鸿店面正在装修。

据笔者多方打探,精耕当地多年的飞鸿手机连锁正在悄然变脸,装修一新后的所有飞鸿店面将改名易姓,或许当地市民熟知的飞鸿将淡出人们视野,换装升级之后的将是全新的手机连锁品牌——“乐语通讯”。

据了解,作为全国知名的专业手机零售连锁企业,飞鸿移动在国内领先的移动通讯终端产品与销售服务提供商乐语中国控股有限公司收购后,就已按照构建全国统一手机零售品牌“FunTalk乐语”的发展战略进行积极准备品牌转换工作。

飞鸿连锁相关负责人表示,“建立统一的品牌形象、纳入统一的门店管理体系是乐语并购后的整合战略,而飞鸿到乐语的升级,不仅对当地的手手机零售市场发展有积极的推动作用,更能够让消费者从中获得更多的收益。”

“飞鸿移动升级为乐语通讯,

那我们还能不能享受到以前那样优质的服务?”当得知飞鸿即将更名一事,许多当地的消费者对此略有疑虑。对此,乐语中国零售事业部总裁仇明曦先生表示,在品牌转换期间,乐语店面对消费者做出承诺:“原有的售后服务承诺不变;原有的会员权益承诺不变,新的乐语店面将推出‘更多优惠产品、更多精彩礼品和更多增值服务’以回馈消费者多年以来的支持和厚爱。”

“更名后的乐语通讯,将为当地手机零售市场引入‘一站式’消费体验这一全新的手机零售模式,服务将全面提升。”乐语中国零售事业部总裁仇明曦先生表示,这种服务的升级将满足消费者多样化、个性化的消费需求。据其介绍,新的乐语8A店具备手机、配件、周边产品销售,手机美容、功能应用、售后服务、运营业务、技术展示八大功能。

在当地从事手机销售多年的李先生对飞鸿更名“乐语”表示乐观。他指出当前的手机零售市场呈现出规模化、连锁化发展趋势,随着手机产品价格日趋透明、消费者对服务需求的提升,以价格战为竞争手段的零售店的生存空间会越来越小。

而飞鸿的这次换装升级,无论在产品品类、店面布局等硬件方面,还是售后、增值服务等软件层面,都充分发挥了零售店自身的功

能优势。随着新乐语店面的亮相,必将引发当地手机零售市场格局的调整,乐语通讯或将成当地手机零售市场的领军品牌。

“与其它手机零售商相比,乐语通讯的优势在于提出了一个新的商业模式,把所有与手机相关的消费与服务全部集中到一起,这种据了解,支持一年保换和全无亮点的锋锐K46C在这个金秋迎来硬件全面升级,动力飞跃式提升的同时,价格依然维持在3999元,可谓市场中超值精品的典范。”

新的锋锐K46C配备了1GB独立显存的显卡,处理画面的速度得到飞跃的提升,使得游戏即使画质全开也能“大呼过瘾”,这样的配置正是喜欢玩游戏的朋友最需要的。1GB显存对游戏的强劲支持毋庸置疑,但其它配置也要跟上“时代”。站式“消费体验将改变消费者的购机习惯。”业内人士指出,无论手机零售市场的格局如何变化,但都应该始终立足于消费需求来展开。而乐语恰恰是在这一点上下足了功夫。

据了解,乐语中国旗下的协亨、新亚、飞鸿、中域时代等其他子品牌的升级工作正在全国各地同步展开。

“当前的手机消费已由过去的产品性消费,向以手机应用为主的服务性消费转变。所以,乐语在构建统一手机零售品牌‘FunTalk乐语’时,更注重店面

i3全能本仅 3999

1G独显锋锐 K46C 风靡市场



据了解,支持一年保换和全无亮点的锋锐K46C在这个金秋迎来硬件全面升级,动力飞跃式提升的同时,价格依然维持在3999元,可谓市场中超值精品的典范。

新的锋锐K46C配备了1GB独立显存的显卡,处理画面的速度得到飞跃的提升,使得游戏即使画质全开也能“大呼过瘾”,这样的配置正是喜欢玩游戏的朋友最需要的。

1GB显存对游戏的强劲支持毋庸置疑,但其它配置也要跟上“时代”。

功能的拓展、店面环境的升级,以超过客户期待为标准,创造独特的乐语服务体验。”乐语中国总裁兼首席执行官费东平认为,乐语在通讯产品零售方面的专业性将是赢得消费者和市场的核心竞争力。

双节带动租车市场升温

堪称“史上最长假期”黄金周已渐行渐远,假期中笔者在汽车市场却有新发现:长假外出旅游已经成为都市人放松心情的首选,这个长假汽车租赁市场也迎来了租车黄金旺季。

无论是东风日产以专营店服务网络为支撑的易租车品牌服务,还是一嗨租车、至尊租车、神州租车等租赁公司都生意火爆,车辆出租率是平时的几倍。

业内人士分析认为,出现如此火爆的情况不足为奇,双节推动是重要原因之一,随着整个社会低碳环保理念和环保意识的不断加强,很多人把“公交+租车”当成一种时尚出行方式。另外,在国内汽车租赁市场日益成熟的趋势下,租赁公司也让消费者更便捷、更放心。

双节难遇 车辆难求

回顾十一前的调查不难发现,由于双节时间较长,租车市场需求旺盛,一片火热景象。“本想租一辆7座轿车,十一带着家人到北京

周边玩一趟,结果跑了几家租车公司都没租到,没想到离假期还有半个月,车已经这么难租了。”家住北京市的王先生十一期间打算带着父母妻儿一起出游,可是租车车源很紧张。

和王先生有同样想法的人不在少数,在一家外企工作的小马也是自驾游的“驴友”之一。“这么长的假期真难得,而且十一秋高气爽正是出游的好时节,所以我们12-14个好朋友想好好利用这个长假出去放松心情,但是私家车不够,只能去租车。”

“今年十一长假,我父母要来北京,想租车带父母到各旅游景点转转。”平时上班选择地铁或公交的小张,提前一星期就开始咨询租车的事宜了。

据了解,大多数租车的情况是自驾游、回家探亲、婚礼、练习驾驶等,每年“十一”假期都是汽车租赁的高峰,但今年汽车租赁生意不但来的早而且明显好于往年。

汽车租赁行业业内人士介绍说,由于上半年天气情况不稳定,几个小长假自驾出行的人比往年

“易租车”催动集体走高

有所减少。今年的中秋、十一两个假期时间较长,并且天气秋高气爽,人们的出行热情高涨是造成如今汽车租赁火爆的主要原因。

租车市场日渐成熟 品牌租赁倍受推崇

随着绿色环保观念的深入人心,越来越多的人平时上班选择公共交通,而随着租车公司的不断升级和汽车租赁价格的不断降低,出游时选择租车的人也越来越多,北京租车市场需求逐步增加,租车市场也越来越成熟。

笔者曾在一家朝阳区的易租车品牌店了解到,车队使用的是全新车,包括一些进口车型,并且该品牌是以专营店服务网络和服务能力为支撑,客户有了保障。

另一方面,拥有原厂的保养及原厂的技术服务,所以驾驶感受方面优势非常明显,把成本带来的优势体现为顾客的利益考虑上。

据介绍,截至2010年8月份,东风日产易租车品牌已有13个营业网点,分布在北京、广州、深圳、

东莞、西安、成都、德阳、武汉八个城市。

目前,市场上办理租车的手续非常便捷,只要出具身份证、驾照和本人足够额度的信用卡就可以了,而且租到的还是车况非常好的新车。

在费用方面,以一辆七座新骊威劲逸版为例,十一期间既可以用作“2+2+1”模式的家庭自驾游,又可以用作结婚用车,十分抢手,1-7天的市场价格为390元/天,如果30天以上价格仅为254元/天,持易租车会员卡还有9.8折的优惠。

业内人士分析认为:租车正逐渐成为一种时尚的出行方式。以往汽车租赁市场混乱,导致消费者对汽车租赁抱有怀疑态度。

如今汽车租赁品牌发展越来越完善,无论从规模上还是产品的品质上都更为可靠,租车手续也更为便捷,价格更为合理,所以像易租车这样有专营店网络为支撑的服务品牌生意越来越红火也在情理之中。

小成本 高回报

铭万 B2B 联盟 再创网络营销奇迹

“通过网络营销做推广,现在越来越多的客户可以找到我!”湖南长沙县跳马苗圃在签约金榜题名不到五天内便接到上百万的订单,面对笔者的采访难掩兴奋的心情。同样,蓝光艺术玻璃有限公司在小成本投入之后便在两个月内接到一笔二十万的订单,也连连称赞,“以前做过很多互联网推广,一直没有什么效果,但是做了金榜题名后,打电话咨询的络绎不绝!”

目前,如何在减低成本的前提下,让目标受众更迅速地找到企业并愿意浏览其内容,从而顺利开展电子商务,已成为网络营销进程中的重中之重。近期,资源联盟的商务模式应运而生,其中由铭万集团组建的中国B2B联盟在市场中获得了众多企业的好评。中国B2B联盟筛选并聚合了优质的行业网站资源,打通了各行业领域信息的人为屏障。

广大中小企业通过应用联盟的各项服务,更加便捷、高效地提升了其在产业链中的广泛曝光度。其旗下产品之一“金榜题名”通过精准、高效的推广策略让众多企业发现了更多潜在的贸易机会,获得了实实在在的利润。

专业生产PE航标的长通航标器材有限责任公司表示:“通过使用铭万公司‘金榜题名’产品,在短短一个月的时间内我们就接到了近三十万的订单。金榜题名,帮我们实现了资源的整合,正是我们中小企业最需要的产品!”

经典亦时尚 铁血也柔情

Jeep® Wrangler 牧马人出演时尚季播剧《星光都市》

10月17日,由全球SUV领导性品牌Jeep®倾力赞助的“中国版《欲望都市》”《星光都市》第一季盛大开机。作为青春时尚励志季播剧,该剧由CCTV-6电影频道旗下传媒联合时尚集团出品,汇聚了众多大牌明星倾力客串。这些当红明星的座驾,选择了Jeep®旗下的“极致个性标签”——Jeep® Wrangler 牧马人,它不仅曾在越野戏中尽显“天性桀骜”,更将在电视剧中演绎出“铁血也柔情”的时尚魅力。

经典亦时尚,铁血也柔情

王朝三十年盛世铸辉煌



2010年10月16日,王朝酒业三十周年盛大庆典活动在王朝御苑酒庄隆重举行。三十年来,王朝酒业积极引进外资及先进技术,为创中国最好、争世界一流企业的目标而不懈努力。其融汇法国人头马的高贵血统,传承西方葡萄酒文化与中国文明,无论从产品品质、企业实力、文化底蕴等层面都凝聚了强大的实力,成为国内葡萄酒业的领袖企业。为庆祝三十周年华诞大喜,王朝酒业在三十年标志性建筑——王朝御苑酒庄举办盛大的庆典活动。

据了解,王朝御苑酒庄耗时3年建成,目前是亚洲单体最大的酒庄。这座兼具法国高雅浪漫元素和中国深厚底蕴的传统风格,集旅游、藏酒、会所于一身的大型建筑,彰显着王朝酒业引导红酒及红酒文化在中国向更深层次发展的气势。

此外,法国红酒文化中心也在这一天正式落户王朝御苑酒庄,不仅为中外红酒专家、爱好人士提供了专业的红酒品鉴、推广、交易及储藏的平台,更是通过实物、图片、视频等多种方式向参观者介绍红酒文化,为中国的红酒爱好者打造了一条法国红酒国际通道,更好的融合中法在红酒文化底蕴上的深厚内涵。而“名人推荐纪念版酒标展览”更是以酒标这个对于红酒具有特殊意义的物品作为专门展示内容,将红酒文化更实体化、具体化。