

海尔面向全球用户寻找最美粉丝

■ 本报记者 冉 荷

“分享与海尔之间的故事,上传与海尔元素的合影,你就是正在寻找的最美海尔粉丝。”海尔面向全球用户发起的“寻找最美海尔粉丝”活动,受到了来自全球用户的积极响应,活动进行以来,已经有来自亚洲、欧洲、美洲、非洲、大洋洲等五大洲的粉丝上传与海尔的合影,不少网友在上传照片的同时,也表达了对海尔产品及品牌的青睐。

业内专家认为,近年来,海尔通过技术研发和产品创新,为用户提供了最完善的产品解决方案,这是海尔赢得当地用户青睐的重要因素,这也从侧面体现了海尔在全球化战略方面的成功。

五国网友上传照片 沙特用户入选“最美海尔粉丝”

在刚刚过去的一周,海尔面向全球用户发起的“寻找最美海尔粉丝”活动吸引了意大利、新西兰、沙特、智利、也门五个国家的粉丝上传照片,最终来自沙特粉丝的照片吸引了众多网友的关注,成为“最美海尔粉丝”。

宽大的海尔冷柜里面躺着一位穆斯林男士,只能看到一个脑袋,一只手臂搭靠在冷柜的门体上,脸上展露着如孩子般纯真的笑容。这就是本次入选“最美海尔粉丝”的照片,照片中的男士叫迈德·纳伊米(Ahmed-Naimi),是一名海尔用户。

据了解,这张照片拍摄于沙特首都利雅

得的一家海尔体验馆中,当时迈德打算购买一台大容量的冷柜,用于储存全家人在“拉马丹节”期间的食物,在朋友的推荐下就来到海尔体验馆。销售人员向迈德推荐了一款净容积519L的冷柜,还幽默地说即使像他这样高1.9米的人躺在里面空间也足够。没想到,迈德一时兴起现场就躺进去试了一下,因此就有了照片中的情景。从冷柜里出来的迈德不停的对销售人员说:“这就是我想要的!”随后就付款将冷柜拉回了家。

“像大容量冷柜这样的创新产品,在中东国家尤其是沙特阿拉伯非常受欢迎。”海尔相关负责人向记者介绍,沙特阿拉伯以“石油王国”著称,国民的消费水平非常高,对进口家电产品的技术认证指标也非常严格。然而凭借创新的高品质产品,海尔在沙特市场的品牌知名度高达59%。

据了解,早在1993年,海尔就凭借冰箱产品登陆中东市场,经过20年的发展,海尔陆续在中东建立了工业园、制造基地等,推出的大容量冰箱及冷柜、热带空调、节能洗衣机等全系列家电产品,凭借差异化的创新设计满足当地用户的需求。即使在去年外贸形势极度低迷的情况下,海尔在海外市场仍然实现了增长。

环球骑行客斐济拍摄 “最美海尔粉丝”照片

森女系的着装,搭配原木风格的房屋装

修,衬托出乳白色海尔干衣机的时尚与大气,照片中一位即将成为母亲的女士轻抚着隆起的肚子,脸上挂着甜蜜幸福的笑容,成为了画面中的亮点。

据悉,这张照片是一个环球骑行团队的队员朱先生在骑行到达斐济群岛第三大城楠迪时拍摄的。朱先生表示,他自从4月份开始骑行以来,至今已经经过东亚、南亚、大洋洲的30多个国家,期间在各地看到了不少海尔在外国的形象。这张斐济的照片,是他认为画面最美的一张,所以上传到了活动网页中。

朱先生表示,在世界各地骑行的过程中,每到一个新的地方,团队成员都会自然而然地在当地寻找熟悉的祖国气息,而海尔的标志是他们最经常看到的,所以在骑行过程中,寻找和拍摄关于海尔的照片也成为了他和团队成员的一个乐趣。

今年6月上旬,朱先生和团队成员到达了南太平洋斐济群岛,在与当地市民交流的时候了解到,海尔冰箱、洗衣机、干衣机等产品在当地有很高的知名度。很多准妈妈在考虑如何清洗宝宝衣服时,都选择购买海尔洗衣机+干衣机的组合,洗衣机的智能洗涤技术和干衣机的抗菌烘干技术,保证了孩子的衣服洁净舒适,保护宝宝的健康。

据了解,近年来海尔通过技术研发和产品创新,为用户提供了多种产品解决方案,在产品创新方面,海尔相继推出帝博对开门

冰箱、帝樽空调、水晶滚筒洗衣机等创新智能产品,颠覆性的产品设计为全球消费者带来了最优的产品体验,让海尔成为了全球家电行业的创新引领者。

挪威美女团队登山比赛获冠军 入选“最美海尔粉丝”

户外阳光明媚,地上白雪皑皑,北欧风格的房子展示出山区的宁静和美丽,三位挪威美女身穿颜色鲜艳的羽绒服,站在海尔户外体验区前,脸上灿烂的笑容成为了引人关注的焦点。

据了解,这张照片是网友齐小姐在挪威Holterdalen拍摄的,当地的登山爱好者在那里组织了一场名为Rauland Power Climb的登山比赛,照片中的三位挪威美女来自同一个队伍,她们在这次比赛中获得了冠军。欣喜之余,就在海尔体验展区外留下了这张合影。

在采访中记者了解到,海尔当时在比赛场地外设置了户外体验区,吸引了不少参赛选手和当地民众前去体验。三位冠军美女准备进入体验区中体验海尔空调时,齐小姐拍摄了照片,并上传到了“寻找最美海尔粉丝”的活动网站上。“她们健康阳光的形象和我心目中海尔的形象很像,我认为她们就是最美的海尔粉丝!”齐小姐说到。

由于挪威纬度高,天气常年比较寒冷,所以对空调的需求量比较大,而海尔空调

凭借快速制热、静音、绿色节能等优势功能点在当地非常受欢迎。海尔相关负责人告诉记者:“在挪威、芬兰等北欧地区,我们根据当地的区域特色和用户的个性化需求,在产品方面进行了‘因地制宜’的创新,大容量的海尔冰箱、高品质的海尔酒柜,还有快速制热的海尔空调,这些产品在当地都特别受欢迎。”

海尔在全球范围内依靠高质量和个性化的产品研发和技术创新,赢得了世界各地越来越多消费者的赞誉,在北欧地区同样拥有很高的用户知名度和市场份额。在覆盖挪威、波兰、芬兰等14个欧洲国家的网络问卷调查中,68%的受访者表示未来3年有意愿选择海尔产品,而73%的欧洲受访者认为对中国家电业的认知源于海尔。

近年来,海尔凭借全球五大研发中心的强大科研实力和研发团队,在产品创新和研发方面引领着整个行业的发展。以神舟十号搭载的海尔航天冰箱为例,其中的智能模块已经融入到家用产品的设计当中,以“智慧家庭”为全球用户创造了完美的智能体验,赢得了用户们的广泛认可。

据国际权威调研机构欧睿国际调研显示,海尔连续4年蝉联全球第一。伴随神舟飞天,海尔航天冰箱的升空,海尔卓越的创新研发能力再次展现在世人面前。可以说,称呼海尔为行业引领者和规则制定者当之无愧。



沙特用户入选“最美海尔粉丝”



骑行至斐济,竟然发现这样的海尔用户,将母性的慈爱和女性的美貌完美结合,这不是海尔正在寻找的最美粉丝么?



挪威美女团队登山比赛获冠军入选“最美海尔粉丝”



行业资讯

大众点评发布《2010至2013团购趣味图谱》

本报讯 近日,知名本地生活服务类网站大众点评网发布了其自2010年开团以来3年的团购趣味数据,从团购交易情况和用户消费行为等方面进行了解读,呈现了3年来团购给人们的生活和消费方式带来的变化。

大众点评团购数据显示,2010至2013年间,在大众点评网上参团的实体门店累计超过10万家,覆盖36个大中城市。截至2013年第一季度,大众点评在全国的团购销售总券数超过1.1亿份。自2010年开通团购业务以来,大众点评团购以平均每单3至4折的优惠,为团购消费者节省支出超过110亿元人民币。

根据大众点评团购数据显示,2010年6月每月多次购买团购的消费者占全部团购购买人数的比例仅为近10%,而2013年,多次购买团购的消费者比例已超过30%。这也表明,3年来,越来越多的消费者每月更加频繁购买团购产品,团购已逐渐成为消费者的主流消费方式之一。

移动设备的普及使得人们可以随时随地购买团购,且在使用时间和场所上可以弥补PC设备的不足。大众点评团购数据显示,在购买团购的时间上,PC端用户下单最集中的时间为11点与16点,移动端用户下单最集中的时间为12点与18点,而前两个时间段通常是上班时间,后两个时间段则是午休和下班时间。相比PC上的消费者,持有移动设备的消费者更爱利用闲暇与碎片时间购买团购。

电影团购成为不少消费者第一次团购的首选。根据大众点评团购数据,2012年,超过50%的消费者第一次购买的团购券是电影票,而在团购更加普及也更受信任的2013年,这一数据仍然超过30%,仍位居消费者第一次购买团购券类型的榜首。

(小丽)

从微创新到革命性创新

康佳开创智能手机新格局

如果说功能机时代,国产手机曾以70%的份额对洋品牌造成了压制,彼时靠的是价格战、外观战、机海战;而如今的智能手机时代,诺基亚、摩托罗拉背影已远去,智能手机市场的游戏规则、竞争要素不可同日而语。苹果、三星两大智能机巨头摘走了全球手机80%的利润。对于国内手机厂商来说,似乎机会来了。这并非盲目乐观,OPPO、小米、酷派、小辣椒、大可乐等新旧力量轮番登场,个个打“创新”牌。康佳集团副总裁、康佳手机董事长李宏韬坦言,智能手机处于一个变革的节骨眼上,不仅仅是功能、体验上的“微创新”,围绕着设计、渠道、营销等业务模式的革命性创新,将带来一个个个性化的分众市场。在这次蜕变中,国内手机阵营有机会酝酿出大玩家。

微创新再造新时代

微创新是互联网行业里一个时髦的概念,但这种理念并非仅仅停留在应用层面,一直偏硬件的智能手机也开始切换到“微创新”跑道。无疑,2013年是智能手机

革命性创新现端倪

李宏韬表示,微创新仅仅停留在产

“8.28苏州伤人案”开庭

加多宝员工或将被判数年刑罚

日前,苏州吴中区人民检察院就“8.28苏州伤人事件”中加多宝员工郝某用刀划伤王老吉员工姚某一案,以故意伤害罪向苏州吴中区人民法院提起公诉,并于6月25日开庭。公诉人现场提出包括民事赔偿、刑事处罚等几项诉讼请求,庭审结果将在几日后公布。

据了解,2012年8月28日,王老吉员工在苏州木渎商城内进行正常的品牌宣传活动时遭到加多宝多名员工阻挠,冲突过程中,加多宝员工郝某持美工刀将王老吉员工姚某脸部划伤,受害人面部伤口长达12厘米。

庭审现场姚某代理律师指出,“8.28苏州伤人事件”中加多宝员工郝某划伤王老吉员工姚某基本事实证据确实充分,而

被害人伤情已经导致左眼致盲,请求法官按照重伤标准来对郝某量刑。”如果重伤成立,郝某将面临数年刑罚。

2012年8月28日,加多宝员工郝某一刀划痛公众神经。然而,“8.28苏州伤人事件”只是加多宝凉茶商战中终端暴力的一个缩影。王老吉大健康官网显示,从2012年下半年起,王老吉所属的各类营销活动屡遭加多宝不同程度的阻挠、干扰和破坏。

据悉,仅在今年红罐官司开庭前后就已连续发生3起恶性事件。2013年5月11日,王老吉3名员工在广州白云山区开展正常业务活动时,被加多宝公司20多名人员非法围攻殴打,王老吉3名员工全部受伤住院,其中一人手臂被刀割开约13cm长的伤口,被缝14针,手术昏迷十几个小时。2013年5月30日,云南临沧市王老吉员工回家路上遭人持刀抢劫,凶手疑似加多宝雇佣的黑社会人员,案件情况正在进一步了解。2013年6月16日下午,王老吉上海办事处4名业务员在当地组织大型活动,因阻止加多宝员工毁坏广告宣传物料,被加多宝20多人围攻殴打,造成3人受伤,其中1人被打方员工用美工刀划伤手臂,伤口较深,目测长约5cm。

据王老吉大健康官网消息,王老吉在各地正常的经营宣传活动屡遭加多宝方面蓄意干扰,涉及到全国17个省和直辖市共35个地区,其中在南昌、西安、广西、东莞、广州、成都、重庆等城市的路演活动

分别遭到加多宝的直接破坏;在海口、湛江、中山、惠州、汕头、武汉、长沙、郑州、合肥、温州等数十个城市的现场活动均受到加多宝不同程度的干扰。

据悉,本次公诉是在公安机关对犯罪嫌疑人犯罪事实已经查清,证据确实、充分,依法应当追究刑事责任条件下,由苏州吴中区检察院提起的,被告加多宝员工郝某将被判处刑罚。同时,此案为刑事附带民事诉讼案件,受害人姚某还提出了要求被告赔偿医药费等总计6万多元的诉讼请求。

(红霞)



产业平台