

高端男鞋受追捧 零度品牌打造最佳用户体验系统



五一假期后上班的第一天,就让我在上海工作的张先生惊讶不已:身边的人怎么都穿上了同一品牌的皮鞋——零度皮鞋?零度皮鞋到底有多红?淘宝3周年店庆,零度皮鞋感恩促销,10多天的时间被网友一扫而空;上线不到半年的京东商城零度皮鞋专区,很快便以销售破百万元的业绩成为最耀眼的销售明星之一,甚至有粉丝给其负责人留言:感谢零度给大家带来这么好的皮鞋。

实际上,在电商市场中,零度皮鞋的单价并不便宜,甚至让很多刚试水网购的人们不敢轻易尝试购买。那么,零度皮鞋是如何红起来的呢?

零度皮鞋带来的心灵之旅

每当张先生回忆起第一次接触零度皮鞋的情景时,脑海中总是浮现出零度皮鞋“纷繁世界,我自从容”的品牌观念对他内心的震撼。零度皮鞋以极简主义的设计和返璞归真的品牌态度,表达一种自由放松的生活形态,在轻松愉快的环境中激发无穷的想象力和创造力。“有时候在飞机上睡了很久,起来发现自己的双脚依然很舒服,感觉就是一趟与零度皮鞋的心灵之旅,非常喜欢这种感觉。”张先生说。

零度皮鞋的舒适来源于意大利手工工艺的坚持。要知道,在皮鞋的制作工艺里,鞋头、鞋侧和鞋后是最重要的3个细节部位,丝微的差距都会影响整双皮鞋的舒适度。零度皮鞋所有的产品都采用最上等的头层牛皮制作而成。做鞋的老师傅告诉记者,颗粒状分布的头层皮纹理有序,透气性和柔软度都是最好,做出来的鞋双脚穿起来会格外舒适。

零度皮鞋正成为网购时尚

记者在零度皮鞋淘宝旗舰店,导购对记者说:“今年流行的休闲鞋以细致、

原始的风格为主线,沉稳低调的黑色、棕色将成为热门颜色之一。您选择这款黑色的皮鞋,配上修身西装,绝对是当下的焦点。”为了让客户有更好的体验,优秀的时尚品牌都致力于为消费者提供从挑选、搭配、造型一系列顾问服务,帮助用户建立自己的着装风格,这种顾问式的服务成为了零度皮鞋吸引回头客的“杀手锏”。

面对第一次网络购物的新客户,如果买错了货,怎么办呢?网络上屡屡发生的退换货纠纷,零度皮鞋会发生吗?零度皮鞋VIP用户小王告诉记者不用担心,去年,他为爸爸挑父亲节礼物,不小心把尺码搞错了,他本以为不可能换货了,没想到向零度皮鞋客服反映后,隔天就换了新货。

此外,零度皮鞋还建立了超高标准化的售后服务体系:1000个城市送货上门、货到付款;100天超长质保;7天无条件退换货;假一赔十的超高赔偿等等超值服务,这些都让零度皮鞋牢牢地占据B2C高端男鞋前三强的地位。

(李 艾)

圣象木地板销量位居行业第一

第一的位置。

据了解,中国行业企业信息发布中心已连续15年对我国消费品市场进行深度调研与分析,调研结果充分反映了消费品市场的发展状况和变化趋势,并每年向社会公布消费品行业销量领先品牌的信息。作为家居行业领导品牌,圣象连续15年保持了领先地位,以优质的产品质量和良好的企业信誉获得了消费者的支持,并凭借对前端资源的技术、成本双重优势的掌控,率先在中国确立四星健康环保等级标准,此举获得了行业权威及与会单位的

一致表彰和高度认同。

从中国行业企业信息发布中心在全国调查的80余种主要消费品的市场销售情况看,我国消费品市场延续了近年来品牌消费占据主流的趋势,销量前10位品牌的市场占有率均为66.34%。而圣象地板已经累计产销量突破2亿平方米,累计用户规模突破500万名,在家居建材市场独树一帜。用户的肯定是圣象获得市场领先地位的基础和重要支撑。圣象认为,只有把用户的事情做好,才能不断获得发展,才能成为市场领先企业。

(彭 玉)

芯动力 行动力 华泰圣达菲最给力

随着国家政策对节能环保车型的鼓励,小排量汽车在国内如雨后春笋般遍地开花。笔者通过一款排量为1.8L的华泰圣达菲SUV,来详解小排量大力马带来的动力“咆哮”。

从这款1.8T圣达菲的外表看,与圣达菲

其他车型没有很大区别,只有蹲下身看到横置在保险杠中央散热器格栅中的中冷器,才会意识到这辆车拥有一颗完全不同的“心脏”。圣达菲的加速感会让驾驶过它的人记忆深刻,只要轻轻一点油门,就能感受到圣达菲的爆发力。而当深踩油门的时候,

发动机转速会迅速飙升,发动机就会咆哮起来,声浪也会传入驾驶舱让驾驶员心潮澎湃,动力会源源不断从后方涌来,使得圣达菲1.8T的操控和性能达到另一个境界,推背感油然而来。

(唐 跃)

“冷市热车” 第八代索纳塔将成为北京现代爆发点

近日,来自中国汽车工业协会的2011年第一季度统计显示,今年一季度国内汽车产销量同比分别增长7.48%和8.08%,增速低于两位数,车市寒潮来袭。然而北京现代用新车配合全新品牌形象成功抵御了这股车市寒潮。

造就一个具有影响力的品牌,用品牌力撼动人心,这是每一个汽车企业对未来的必然规划。北京现代用了近10年

的时间打造出了伊兰特、悦动这样领驭A级市场的明星产品,并一点一滴地营造起了品牌的认知力。如今,北京现代已经成为诸多消费者购买首车的备选品牌,用户基础正日益坚实。

北京现代第八代索纳塔上市以来,已经在不足1个月的时间内实现了超过6000辆的销量,其火热程度与冷清的市场形成了“冰火两重天”的局面。

网络舆情技术：新的理财工具

曾获2009年奥斯卡最佳影片奖的《贫民窟的百万富翁》,是以一场“谁想成为百万富翁”的电视游戏秀节目为主线展开的。这个风靡欧美的电视游戏秀由多道四选一题目组成,能全部回答正确者即可幸运地赢取百万奖金。游戏的其中一个规则是当被提问者回答不出某一问题时,可以让答题系统自动去掉其中两个错误选项、打电话求助专家和让现场观众投票表决3种选择。第一种选择的正确率是50%,而对于后两者,有相关调查发现,正确率分别是65%和91%。

网络舆情是什么?

群众智慧的集中表现形式在网络世界的版本叫做“网民”。他们活跃于各大网站、论坛、微博,时时紧跟网络的脉搏,关注问题,发表评论,推高关注度;同时,他们也可以制造热点,让本来鲜有人知的事件成功吸引大众眼球。有人关注,自然会成为新的经济增长点。所以,在这样一个以网络关注度论英雄的时代,网络舆情走入视野。

网络舆情对于大多数人来说,或许还是个新名词。目前比较权威的定义是指由于各种事件的刺激而产生的通过互联网传播的人们对于该事件的所有认知、态度、情感和行为倾向的集合。这个定义决定了网络舆情的倾向性特点,并且这种倾向在虚拟的网络世界中很容易被放大,紧接着会造成一系列的连锁反应。为预测和应对这些连锁反应的网络舆情技术也就应运而生,且涉足面也愈来愈广,已经从单纯的社

会领域走入了专业性更强的金融投资领域。怎样的信息会让某只股票上涨,哪些信息会导致股价走低,牵动股民每根神经的同时,也左右着公司的业绩和决策。

那么,相对于通过一目了然的公司财务报表、年报这些结构性数据进行预测,运用舆情分析技术对纷繁复杂的非结构性数据——网络舆情进行分析,难道真的可以提升预测的准确性吗?对于这一问题,中科精诚信息系统有限公司总经理梁正之认为,网络舆情符合群众预测发威的4个条件,即意见多样化、独立、分权、以及集合机制。以twitter预测电影票房为例,准确率高达95%以上。在英美等西方国家,以及我国香港地区,防控声誉风险已成为金融监管的重要组成部分。但基于内容的智能分析技术——网络舆情技术系统,在我国大陆地区才刚刚起步。

通过系统监测互联网上的相关新闻报道、相关评论、网络论坛、博客、聊天对话。跟踪分析这些信息与金融市场之间的关联关系,将这些信息按照知识模型体系进行分析与组织,为投资者及相关机构提供及时、全面、便于分析利用的信息来源,是未来金融投资的方向。

距离理财现实还有多远?

据中国互联网络信息中心最新发布的报告显示,截至2010年6月,我国网民规模达到4.2亿人,较2009年底增加3600万人。互联网普及率攀升至31.8%,较2009年底提高2.9%。特别是在都市中,主流人群基本上都已经是“网民”。庞大

的网络用户群体,以及持续迅速的发展普及速度,都决定了网络舆论在舆情系统中的地位不断提升。

据梁正之透露,目前中科院计算所负责的项目,正在帮助几个国家单位开展舆情方面的研究和应用工作,像证监会、工信部、中国移动、华为等都是正在合作的机构。

对于网络舆情技术的应用是否会给网民带来不安全因素的担忧,梁正之告诉记者,他们所设计的系统统计出来的结果,并不包含任何网民的名称、姓名、IP地址和所处地理位置。网络舆情技术关注的内容包括网民发表意见的一些主要网站名称,而这样的网站可能每天有差不多20万网民发表同一个意见,基数的庞大本身就是很好的保护,想利用舆情技术去追查某一个单一网民是谁,其难度可想而知。另外,这样的系统得出的最终数据和意见分析多以百分比的形式出现,例如舆情分析显示有79%的人看好中国移动,其中第一个看好的原因是3G的流行,第二个原因是中国移动的服务良好,第三个原因是中国移动的通讯体制良好等,体现网民的看法是系统关注和最终呈现的形式。

但是,这样的技术也有其难点,比如,样本的数量庞大,如何实现多种语言的覆盖等等,都是需要继续突破的地方。看来,网络改变的将不仅仅是“种菜”、“偷菜”的方式,我们理财的方式在不久的将来也将发生翻天覆地的变化。

(王 萍)

上海大众南京生产培训中心揭幕

近日,上海大众南京生产培训中心在南京举行了揭幕仪式。上海大众总经理张海亮以及技术执行经理吴博锐出席了仪式并剪彩。今后,上海大众每年将有超过2000人次的员工在培训中心接受培训,内容主要涉及“冲压、车身、油漆和总装”四大专业技能以及精益生产的培训。这是大众汽车集团在中国地区的第一个专业生产培训中心。

近年来,伴随着中国汽车市场的增长,上海大众也得到了快速发展,不但产品布局向全系列发展,而且生产基地实现了跨区域联动。位于南京的上海大众汽车四厂,近几年来不仅产量规模持续扩大,产品质量也得到了稳步的提升,刚刚上市的全新一代帕萨特在这里投产。

为了迎接新一轮的挑战,上海大众斥巨资在南京建立了生产培训中心,以加强员工专业技能的培养,推广精益生产的理念。开

巴菲特应邀畅谈中国投资

近日,“股神”巴菲特在自己的老家奥马哈,与由南京大学商学院学员及社会精英组成的19人团队激情探讨国际热点,畅谈投资哲学。

巴菲特认为他对于在中国的投资标准和在美国等大经济体的标准是一致的——首先是这家公司在行业里的位置,是否在5年、10年甚至更长的发展后仍具有竞争力;其次要看公司是否有优秀的管理团队。

最后深圳市盈信集团董事长林劲峰赠送的一瓶高炉家30年年份酒引起了巴菲特的青睐。在宴会上,年届81岁高龄的巴菲特兴致盎然地举起酒瓶做豪饮状,并放下酒瓶又装



幕仪式现场,上海大众技术执行经理吴博锐表示,培训中心提供的培训将有助于上海大众员工满意度的不断提高,以及企业的可持续发展。上海大众总经理张海亮也对培训中心的建立寄予厚望,他说:“我衷心希望上海大众南京生产培训中心,以全新帕萨特的生产为契机,充分发挥平台作用,培养出更多高素质的优秀员工,为企业的可持续发展,源源不断地提供人才。”(弋 辰)



作喝醉的样子,尽显幽默、友善、童心未泯的一面。餐后,林劲峰向巴菲特递上了一封介绍信,希望邀请这位“股神”入股。(李 征)

梯子不是高度

欧美发达国家把梯子列为仅次于枪械等级的安全用品,并设置了众多苛刻的入市门槛,它的材料毒性要求是食品级的,其事故保险赔付率也仅次于汽车。而美国稳耐60多年来始终在挑战这一高难度的标杆,稳耐生产和制造的每一款梯具都达到并超出OSHA和ANSI标准,一年生产的这些安全梯总长度可达40.666万公里,将这些梯子首尾相连可以围绕地球10圈,将这些梯子罗列起来大概有121万层楼高,相当于60个长城的长度。稳耐的全球CEO说:“稳耐永远不只是一个提供梯子的公司,而是一个给美国工人以致全世界工人提供工作伙伴的公

嘉里物流全球企业换标

目前,嘉里物流正在展开全球企业换标行动。据了解,新标识由鲜艳的橙色和灰色构成,并将在全球范围内推行,覆盖建筑物、车辆、工服、网站和企业宣传资料。新标识反映了公司“开放思想”、“坚守忠诚”的诺

言,和“竭尽所能”、“追求卓越”的愿望。

嘉里大通物流企业传讯主管慧诗表示:“新企业标识是对嘉里物流不断适应市场环境,不断变化的有力宣言。这些变化将促使嘉里物流不断成长,在中国、亚洲乃至全球的市场中取胜。”(王 静)

大众点评网进军东北 沈阳当月团购量居首

近日,国内领先的城市生活信息指南网站大众点评网正式对外宣布启动沈阳市场。作为东北市场战略的第一站,4月6日起,大众点评网已开始沈阳地区的团购运营,并在运营期内上线了星美影城、阿尔卑斯比萨自助、金汉斯烤肉自助等多款广受好评的团购产品,在短短1个多月的时间,大众点评网已成为沈阳地区团购市场份额综合排名第一的平台。

目前,大众点评网沈阳地区已包含餐饮、娱乐、购物、结婚等全方位的本地生活商户4万多家。在运营期间推出的35元阿尔卑斯比萨自助餐和29元

金汉斯烤肉自助餐,分别以1.5万单和1万单被疯抢而创下纪录。而携手沈阳星美国际影城推出三轮观影票的团购,三轮团购总销量突破60000单,成为当地团购行业迄今购买量最大的一单团购。

“吃喝玩乐都可以在大众点评网上团购,他们质量很高,基本都是沈阳本地的知名品牌商家,平时很少打折,团购时候就显得非常划算了。”网友“官小路”作为团购受益者,兴奋地说。据了解,其他相关线下活动也在如火如荼的进行,仅在5月28日举行的免费试吃活动就有近千人报名参加。

(常小雨)

凯美瑞周年纪念版亮相北京 2.4L让利2万元

近日,广汽丰田为纪念上市5周年,回馈广大车主们的支持和厚爱,推出了凯美瑞周年纪念版与200E精英天窗版。其中,G系列增配倒车影像系统,在目前市场在售的雅阁、天籁、帕萨特、君威等主流车型中,成为唯一增配倒车影像系统和4.3英寸6碟连放DVD设备的中高级主流车型。200E、200G新增天窗配置并且史无前例地设置了200E SR精英天窗版车型,且指导价仅仅增加了3000元,性价比极其超群。

目前,该车型已经到店。配合此次凯美瑞纪念版上市,广丰北京4S店推出丰富的店头活动——16.98万元限量特价凯美瑞、2.4L凯美瑞

排量	车型	市场指导价(元)
2.4	240G 豪华周年纪念版	227,800
	240G 经典周年纪念版	215,800
2.0	200G 豪华周年纪念版	203,800
	200G 经典周年纪念版	193,800
	200E SR精英天窗版	189,800

2万元让利优惠等,感兴趣的消费者可以前往广汽丰田北京各销售店进行咨询试驾、购买。

广汽丰田北京销售店的相关人士介绍说:“凯美瑞周年纪念版的上市,大大提高了凯美瑞的性价比优势,而200E SR天窗车型的出现,将拥有带天窗的中高级车型的入门门槛大幅拉低。”

(乔 雪)

华泰B11：低调奢华 触手可及

次。关键是,11.97万元的价格能拥有这样大气的商务车的确是个惊喜,足足比那款德系车低了近10万元。”冯先生坦言。

对华泰B11的第二眼钟情,是坐进车内近距离接触到它的内饰和相关配置,和几乎所有B11的车主一样,超大的空间透露出的豪华气质内饰和高端智能配置,大大超出了冯先生的预料。

(吴 鹏)