消费资讯

2014年1月16日 星期四



康佳心之旅孕育公益硕果 打造线上公益新模式



如何让公益活动真正落地生根?这是摆在很多企业面前的难题。近日,康佳联合中国青少年发展基金会启动了一项"心之旅,康康佳佳送你回家"大型公益活动,本次活动康佳将捐出300万公里回家里程,帮助数千人完成爱心之旅,这是康佳近年来时间跨度最长、覆盖人群最广、影响力最大的一次公益行动。这一公益行动,以线上的方式进行,突破了传统意义上公益的"边界",开辟了新的家电公益新模式。

活动自开办以来,参与热浪席卷全国,截至目前,活动参与人次突破1000万。预计到活动结束,活动总参与人数将突破2000万人次,以每人平均辐射2个家庭成员计

算,将影响6000万人

开创全新的公益模式

面对互联网大潮的冲击,公益活动形式 也在不断改变,形式更加多样化,内容更具 创新精神和人文关怀。业界评论,康佳这场 持续3个月的公益活动,其新颖的参与方式 和丰富的内涵意义,开辟了一种创新的公益 植式

据了解,康佳"心之旅"活动,所有环节都在 线上完成,网友只需通过QQ登陆线上minisite 即可参与"积里程,赢机票"、"写故事,赢机票"以 及"雅安回家专区"的活动,参与便捷,门槛低,大 大提升了人们参与公益活动的便利性。此外, 活动与腾讯QQ、微信、新浪微博进行了深度合 作,借助社交的传播链条,来传递爱的能量,这与 以往的公益活动是完全不一样的。

此外,在以往的公益活动中,援助对象只是"被动接受者",而康佳心之旅的活动,并不是单向性的活动,而是与捐助者有良好的互动,使援助对象由"被动接受者"变成"主动参与者",一方面积极主动地参与到活动中,同时,也通过社会化平台,将他们的新想法、新思路反馈给康佳集团,这种良好的参与互动,提升了公益活动的人群覆盖度和

参与度,真正实现了全民公益。

任何一次公益的行动都要有一个目标,如果仍只是停留在简单的捐赠行为上,不仅模式非常陈旧,而且不能真正唤起社会大众对公益事业的关注和参与,大众对于企业的公益活动也日渐麻木。康佳集团总裁刘凤喜表示:"公益行动是动态的而非静态的,只有人人参与其中,公益才能真正'动'起来。"

康佳追求的是公益的"放大器"效应,希望能抛砖引玉,因为企业的公益力量毕竟是微薄的,只有大众的参与,能量才是无穷的。确立了这一目标,才能在线上、线下各个环节上,埋设"触点"、"引爆"、"参与互动"、"扩散"等节奏点,最终形成一石激起千层浪的效果。

用情感来延展传播力

在互联网化、移动化的时代,企业做公益应该有"运营"的思维,用情感来延展公益活动的影响力。以往大多数企业的公益行为集中在物质层面的援助上,但如今人们越来越多地活跃在网络上,个性化的情感诉求日益突出,每个人都是一个鲜活、有思想的个体,也愿意参与和互动。这就要求企业以更真诚、透明的方式来做公益,而不是生冷

地"旃全"。

作为中国民族品牌的代表,康佳成立30 多年来,已经在中国人的心目中被视为"家庭 生活的一部分",康佳发起此次公益行动的初 衷,即是以关爱家庭为核心,唤醒社会对留守 儿童、空巢老人、漂一族等社会问题的关注。 不仅从物质上帮助在外游子解决回家难的问 题,也从心灵层面让在外打工一族与父母团 圆、子女团聚,让援助对象真正感受到家庭的 温暖。许多参与"心之旅"活动的网友都在微 博、微信等个人社交平台上表达对这一活动的 支持和感谢,共同发出关爱家庭、常回家看看 的呼吁。这一切都源自"情感上的认同"所产 生的反馈,企业需让网友感受到心灵上的碰 撞表明康佳,更开放、透明的公益态度。

公益将有形化无形

互联网化是当下一个热门的话题。家 电业作为三网融合主阵地,更是在"互联网 化"方向上疾风骤雨。在这样的背景下,康 佳缘何投入巨大的精力来发起这样一场公 益活动呢?康佳相关负责人表示,这个时代 在变,正如互联网经济与传统实体经济的融 合,必然会产生一种新的经济形态,更有价 值,更符合用户的体验和需求。公益也一 样,互联网、移动互联网的渗透在解构这个 社会,公益也就有了更大的发挥空间,但玩 法不同了,如果你还把公益当"捐赠",结果 必然是竹篮打水,因为信息透明化后,单纯 的公益搭车会被淹没和边缘化。

创新的公益模式应该是融入网络、移动和生活,融入到每个人的神经里,这不是强行植入,而是一种精神上的"合拍"。康佳的"心之旅"同样追求的是,企业是践行公益的一份子,与参与者并无区别。这便是"公益从有形变无形"的转变,因为很多家电企业扎堆做公益,往往与销售挂钩,谋求公益背后的经济回报,此次康佳"心之旅"则不走寻常路,不与产品销售挂钩,不捆绑和植入任何利益,通过纯粹的公益活动与消费者沟通,反而能获得隐形的回报。

公益营销作为一种既展示企业社会责任感,又可以拉近企业与消费者情感距离的营运策略,正受到越来越多企业的重视。康佳集团总裁刘凤喜表示,近年来,康佳在自身不断发展的同时,也不断践行企业社会责任,未来康佳将继续开展形式多样、丰富多彩的企业社会责任活动,展现康佳的公益梦想和社会价值,帮助更多的人实现梦想。 (康晨)

中国本土翡翠珠宝风席卷明星圈



爾率品行理透、温润、內敛,深深符合中国传统文化的精华,巧妙别致之间给人一种难忘的美,是一种来自文化深处的柔和气息,是一种历史的沉淀、美丽的沉积,别有韵味。

就连一向对时尚要求较高的明星们也难以抗拒其魅力,刘嘉玲、宁静、刘烨、张亮等明星都相继被翡翠所"俘虏",可见翡翠的受欢迎程度之高!为什么翡翠能够获得如此多明星的青睐?

西方珠宝设计为翡翠披上时尚华服

翡,赤羽雀也;翠,青羽雀也。翡翠被称为"玉中之王",是一种极为稀有的玉石,一直以来翡翠都代表着高贵,是身份的象征,

被人们所钟情。从古至今,诸如"君子比德 于玉焉"的美文数不胜数。但是,由于传统 翡翠首饰的雕刻手法守旧,总会给人古板、 老气的印象,所以一直被人们称之为"老奶奶的珠宝"。

而近几年,中国顶级翡翠珠宝品牌"昭仪翠屋"大胆创新,率先打破翡翠陈旧的程式化设计,将西方珠宝设计理念与东方传统翡翠成功结合,使得曾经的老气横秋荡然无存,而以纯净明亮的主石,辅以精湛的珠宝设计和镶嵌工艺,给人清新灵动的时尚之感,婉约大气的珠宝之光溢于言表。翡翠,不再是"老奶奶的珠宝",越来越多的年轻人和时尚明星成为翡翠珠宝的忠实拥趸。

无色玻璃种翡翠引领白色风尚潮流

以前,只要一提起翡翠,人们首先想到 的就是浓郁的帝王绿。追求时尚的人都知 道, 翡翠中的那一抹绿, 有着君临天下的强 大气势, 若非有一定气场之人, 是十分难以驾 驭的, 而且价格通常非常昂贵, 这也让许多 喜欢翡翠的人望而却步。

的确,在传统观念下,人们普遍认为翡翠中绿色最美,绿色翡翠一度成为翡翠的唯一成交品类。在这种背景下,"昭仪翠屋"在2004年率先推出了纯净灵动的无色玻璃种翡翠,其独有的荧光不亚于钻石及其他宝石,且就性价比而言,这种品类的翡翠远远超过同等克拉的钻石。可以说,"昭仪翠屋"无色玻璃种翡翠的出现,迅速引领了一股白色风尚潮流,并吸引了大批明星名流的关注。

高级定制诠释独一无二的艺术真谛

世界上没有两块相同的玉,对于翡翠来说,每一块都是独特的,正如你生命的独一 无二。翡翠作为一种流行了近千年的东方 宝石,其款式和做工都慢慢程式化,不落窠 臼的设计已经越来越难以寻觅,漫天遍野雷 同的造型让人丝毫没有拥有的冲动,一件专 属于自己的翡翠珠宝成为收藏者们夜以继 日的梦想。

历史上无论中西,每一件典藏级传世珠宝几乎都来自品牌与私人合作的高级定制佳话。为了更深层次的诠释翡翠那独一无二的艺术真谛,"昭仪翠屋"还推出了匠心独具的高级定制服务,凝聚东方文化传统,撷取国际时尚精华,将文化内涵的优雅体现在珠宝设计中,让它们跨越区域与文化的隔膜,变成最美好的体验与情感,创意为超越历史与时间的永恒艺术经典。

融合了古典文化和西方时尚元素、引领了一股永恒的白色风尚潮流、完美诠释了独一无二的艺术真谛……翡翠珠宝拥有着太多迷人的特质。如此看来,也难怪会有越来越多的明星们甘愿被它"俘虏"。(杜威)

SK中国事业 变革之年稳步前行

2013年,SK集团以全年营业收入 1062.588亿美元的良好业绩跻身《财富》世界500强第57位。同年,孙子强晋升为SK 中国总裁,中国高管在管理层中的比例首次超过70%。

2013年,SK与中石化签署BDO项目合资合同;与中国石化集团签署武汉乙烯项目合资经营合同;与北汽集团、北京电控公司三方组建北京电控爱思开科技有限公司。此一系列项目累计投资超过50亿元,至少带动下游10万人就业。

SK中国在上海浦东世博会园区地块正在进行大规模房地产开发项目,投资总额高达约40.4亿元。上海SK大厦项目也即将为SK在上海树立新地标。SK作为一家全球性跨国企业,在中国实施了多项公益项目。 (李伟)

马年春节秀不同 新年新车有"新"意

春节是人们忙碌了一年之后,尽情享乐的大好日子。但在这辞旧迎新之际,除了看春晚、贴春联、吃年夜饭等传统项目之外,却很难玩出新意。如今年关将至,有意向买车换车的朋友想必也不在少数,相信今天我们推荐的3款时尚小车和3种别出心裁的过年方式,一定能让这个春节够新、够潮!

新生代骊威:乐活即享"动"起来

不喜欢宅在家里看电视、厌倦了喧嚣嘈杂的牌局、腻烦了人山人海的拥挤,青春时尚的年轻人总是在努力追求不一样的过年方式。要想玩得与众不同,的确需要下一番工夫,这几年逐渐盛行的自驾游是个不错的选择。但自驾游本身并无新意可言,怎样玩出创意才是重点。为此,新生代骊威已经为大家设计好了别具一格的自驾游方式——"移动旅馆"!

圣诞节期间,新生代骊威凭借"全能大两厢"的出色产品力,推出"移动旅馆"活动,以极具创意的方式给人们带来了全新的用车体验,引得无数消费者"围观"、体验。"移动旅馆"充分利用了新生代骊威的大空间优势,集自驾出游、住宿休憩为一体,通过原装进口的"移动旅馆改装套件"将车内改造成舒适大床房,更有免费无线WIFI、车载冰箱等娱乐、休闲装备,为消费者带来五星级的待遇。这样的"移动旅馆"创意十足,自然是大家春节自驾游的首选。

现在,东风日产已经为新生代骊威提供了相关改装套件,凡购车者均可免费领取,为自己打造不一样的"移动旅馆"。有了如此别致的旅馆,用户就可以在春节期间到处旅行,去郊区泡温泉,到户外放烟火……累了随时休息,说走就走,想停就停,过一个舒适而创意十足的年。

除此之外,新生代骊威年轻活力的外观造型也非常符合"新春新气象"的美好愿景。新生代骊威采用"V-sharp"时尚设计理念,全新家族前脸设计与格栅、大灯及腰线完美勾勒的"V"型元素让它时尚感倍增。"移动旅馆"的创作实体——骊威劲锐版更融进SUV的动感设计元素,再加上多种酷炫外观颜色,青春活力、春意盎然的气息让人无法抗拒。

更为重要的是,新生代骊威倡导的"乐活

即享"用车、生活理念,与追求过年也要"玩"出新意的年轻消费者无缝切合。新生代骊威还拥有独具特色的"骊威直通车"服务,将3年的保养、保险、税费和精品一站式采购融为一体,组成不同的分期付款菜单,首付仅需支付裸车价的20%,即1.7万元起便可提车。

这种便捷、实惠的购车政策改变了以往 一次性付款或贷款的单一模式,首次以业界 最低的购车门槛,结合后续用车服务一起打 包给消费者,为消费者免去了购车、用车的 后顾之忧,过年买车轻而易举。

怎样过年才够潮?很简单,住着"移动旅馆",做个"乐活"自由人,随心而动!新生代骊威以"全能大两厢"的出色产品力为基础,向消费者提供了独一无二的自驾出游方式,让"年味儿"与众不同!

Smart fortwo:小资情调"走"起来

春风送暖,火树银花,春节总是处处人山人海。对喜好人气的朋友来说,Smart fortwo 是个不错的选择——大街小巷随意穿梭,小胡同儿也可自由出人,它就是"不走寻常路",能人所不能!

Smart fortwo被称为"城市精灵",有着 娇小灵活的车身、灵动可爱的造型,并凭借 上乘品质和考究做工的加成,屹立于都市精 品时尚前沿而从不衰退,十足的小资情调更 是风靡万千年轻男女。若是在春节里有这 样一款小车作陪,必然能够赚足眼球,引起 一片艳羡!

其外观无需赘言。如微笑之唇的格栅、似欲滴之水的大灯、硬朗粗犷的车尾,以简洁利落的线条贯穿,一个灵动可爱的身形便勾勒出来。小巧典雅的外型,将灵活性发挥得淋漓尽致,无论多么拥挤的道路它都能随意畅行。而很多车去不了的幽深小巷,它也可以穿流无阻,能人所不能,让别的车望而兴叹。

内饰上,Smart fortwo亦是极为考究,工艺水准一流,精致风格中透着高贵大气。从中控台的布置到储物格的设计,再到单排双座的布局,Smart fortwo在整体与细节的处理上都堪称完美,与自身定位协调统一。开着这样一款小车过年,首先在格调上就与众不同。

"走"着过年,如何"走"出自己的味道?除了外型与内饰均有不凡之处,Smart fortwo最具特色的地方,就数它的"心脏"

了。Smart fortwo 采用后置直列三缸 1.0L 引擎,驾驶体验与普通汽车完全不同,制动效果、可靠性和循迹性都更胜一筹。另外,由于车身较小,它的最高时速被限定在135km/h以内,非常符合"走"的定位。

魅力无限的小资情调、娇小的车身,让 Smart fortwo 穿梭于大街小巷如人无人之 境,还能赚取超高回头率——过年"走起!", 这个春节想去哪儿,就去哪儿!

标致207(两厢):法式浪漫high起来

时代在变,过年的方式也在变。以前举家团圆包饺子,后来渐渐变成点餐订酒店,如今各种潮流派对层出不穷,购物、泡吧已成年轻人过年的新风尚。那么,有着时尚、浪漫特质的法系标致207两厢版,也是年轻人过年的上佳选择。

标致 207 两厢版的尾部借鉴了 206 运动 矫健的设计风格,而源于三厢版的大尺寸狮 标、U型发动机盖、流线型前大灯共同组成了极具猫科动物灵性的前脸。炯炯有神的大灯立体感十足,与圆形雾灯相得益彰,由优雅腰线贯穿首尾。可以说,标致207两厢版就是206与其三厢版的完美结合。经典的法式造型,再结合地中海蓝和新波尔多红等7种充满浪漫情调的外观喷涂,开出去参加潮流派对绝对能成为众人焦点。

出街购物、泡吧,要想"玩"得够痛快,稳定的操控是必不可少的。优秀的底盘一直是标致小车最扎实的技术。在甩掉三厢的"尾巴"之后,标致207两厢版获得了更加灵活的操控性能。另外,不错的车身刚性和偏舒适的悬挂调教,也让它拥有了更多的驾驶乐趣。

标致 207 两厢版搭载的是 1.6L 自然吸气发动机,最大功率为 78kw,最大扭矩为 142N·m,总体表现还算不错。由于继承了 206 的运动基因,标致 207 的调校亦偏向运

动型,高转速时候的表现令人眼前一亮。但稍显遗憾的是,其高低速的动力落差比较大——3000 转以上动力充沛平稳,3000 转以下就显得比较吃力。不过这只是个相对的判断,总体而言,应付年轻用户的日常使用完全不是问题。

新春就要有新花样,辗转各种派对,追逐潮流风尚,标致207两厢版为大家带去法式风情的浪漫优雅,定能让这个春节过得够欢快。

新年如何玩出新意?自驾出游、上街购物、派对泡吧的确算是新风,但也并非绝无仅有,因此"载体"便起着决定性的作用。Smart fortwo"走"着过年,充满小资情调;标致 207 两厢潮 Party派对,彰显浪漫优雅;而新生代骊威则凭借自己"全能大两厢"的产品特色,打造了温馨时尚的"移动旅馆",开创出独一无二的过年自驾游新方式,让这个春节变得"乐活"即享! (小雨)

