

奥克斯抢先布局2015超强阵容 Y系列柜机全网征名

“开动脑筋,发挥想象,写下自己认为最‘闪亮’的空调名字,就有机会免费赢得全球最具时尚与未来感的智能空调。”近日,由国内空调领军企业奥克斯推出的Y系列空调全网征名活动引发大量网民关注。

远程遥控更智能、语音控制更方便,极致送风更舒爽。集时尚外观与未来科技的奥克斯Y系列空调即将荣耀上市,与L系列睿仕、睿典两款智能空调组成2015年市场主打产品阵容。行业人士表示,通过这次全网征名活动引发的网络参与热潮,不仅是对新品上市前的一次成功预热,同时也让大家看到了奥克斯品牌注重市场消费体验、顺应网络潮流的超前意识以及创新升级力度。

全网征名火热进行中

进入AUX奥克斯空调官方微博活动主页可以看到,此次奥克斯Y系列空调全网征名活动自11月25日启动,并持续至12月10日。在此期间,网民只要关注奥克斯空调官方微博,写下自己认为最“响亮”的名字并@3位好友,即有可能被奥克斯Y系列空调采用,还有机会获得全新Y系列空调以及千元现金助梦基金等活动奖励。

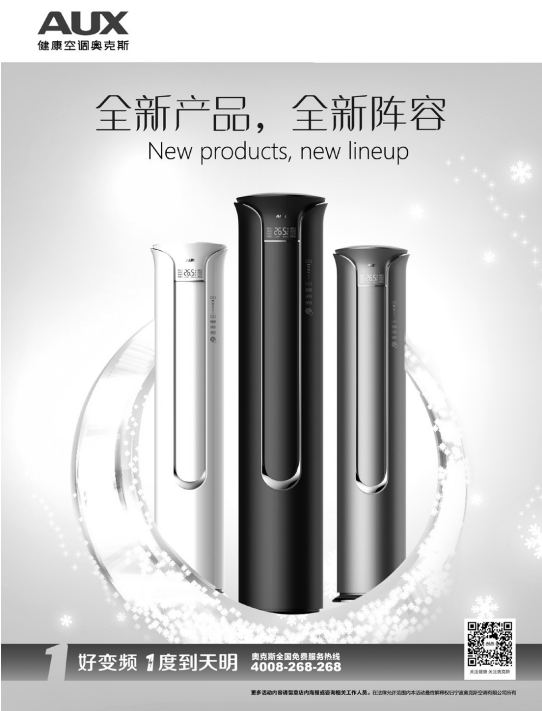
活动资料显示,此次活动征名包括针对Y系列空调产品外观、功能等产品特征的中文名征集以及产品白、红、金三种颜色名称的征集。其中,网友关于产品特征的名称一经采用即可获得全新Y系列柜机一套;颜色名称一经采用,即可获得1000元空调抵用券。

“精品空调”下的智慧产物

据介绍,Y系列柜机是集wifi互联与云技术于一身,智能随身感、自动水洗、故障自动上报和第四代智能化霜技术更是一应俱全。

对空调产品来说,无论制冷还是制热,“送风”才是关键。奥克斯Y系列空调送风模式也是焕然一新。Y系列空调采用定翼柔性导风片,140°超广角出风、单贯流风扇,达到极致送风模式,让用户享受极致舒爽的“送风”体验。

睿仕、睿典两款空调都是奥克斯联手互联网巨头360推出的L系列智能空调精品,可实现远程遥控,语音控制,天气查询等智能交互体验,同时具备高效



去除甲醛以及PM2.5功能,有效净化室内空气,守护全家健康。

意在抢先赢占消费者“芳心”

行业专家分析认为,这一方式不仅能加强自身产品与品牌传播力度,同时也能保证新品出世就受到各方关注,提升奥克斯在消费者心目中的品牌形象,可谓一箭三雕。这样的方式更让我们看到奥克斯在转型升级战略下,作为空调领军企业所具有的核心竞争力。

(李 晨)

六城市共摆谢师宴 欣和味达美感恩再行动 献礼践行餐饮业中国梦

“有些商家只是借着感恩节的噱头去搞促销,但欣和是真正懂得并诠释出感恩内涵的企业,通过办实事,做好事,欣和味达美给了厨师群体亲人般的关爱与尊重,并在新时代背景下与厨师群体共同完善升华了对厨师职业使命的认知。”

11月27日,包含辽菜、津菜、鲁菜、豫菜、淮扬菜、鄂菜六大菜系的近百位名厨,在欣和味达美的助力下举行了一场六城市联动的感恩节活动,不仅实现了厨师们拜谢师恩的心愿,更引领厨师群体践行社会责任,为福利院儿童送去了温暖与关爱。该活动将厨师使命从简单的“一匙一饭”升华到烹饪“健康中国菜”、实现“味道美学”的高度,从而提升了厨师群体对自身职业的认识与理解,也让更多的餐饮从业者投身于弘扬中华餐饮文化的中国梦当中。

微信直播,六城市联动谢师恩

“2012年、2013年的两次感恩节活动分别在大连、郑州、北京、青岛、济南、长沙、上海等地开展,保守估计影响厨师人数已经超过2000人”。欣和味达美负责人表示,“我们说关爱厨师尊重厨师,这不是一句口号,而是要实实在在的行动,要让这个群体真正感受到我们为他们做了一直想要做的事情。”

来自天津的中国烹饪大师白庆华在采访中感慨:“欣和味达美组织发起这样的活动很有意义,既为厨师朋友搭建了切磋厨艺、沟通交流的平台,



又在这个特殊的日子为厨师圆梦,表达自己的一份感恩之情。”

重塑使命,共筑餐饮业中国梦

在现场的大屏幕上,倍受鼓舞的厨师们也纷纷通过实时微信献言献策:“大厨是味道美学的践行者,只有品德高尚,德艺双馨的大师才能烹饪出具有味道美学的菜品……”“如果所有餐饮厨师都致力于将中国菜提升到美学艺术的境界,中国餐饮必将赢得尊重……”“欣和给我们注入了新的能量与动力,唤起了我们对厨师职业的归属感和荣誉感,引领我们找到了骄傲和光荣的职业使命。”“希望每一个餐饮人都心存‘中餐兴亡,匹夫有责’的襟怀,让中国菜、中国餐饮业、中国餐饮从业者能够走向全球,让中华五千年饮食文化在世界舞台上发扬光大。”(肖 邈)

阳光宝利设立数据工程中心 迎接大数据时代来临

“大家还没搞清PC时代的时候,移动互联网来了;还没搞清移动互联网的时候,大数据时代来了。”2013年,阿里巴巴巴 CEO 马云在卸任演讲上如是说。仅仅一年时间,大数据在2014年就已经成为了行业热议的话题。

当前大数据在互联网金融行业的应用前景被普遍看好,因为互联网金融作为传统金融的有效补充,可以让大数据释放出更多信用价值,这也是互联网金融相对传统金融最大的优势之一。尽管我国的P2P行业对大数据的应用还处于起步阶段,但已经有平台具备了这一行业前瞻性。近日,阳光宝利CEO陈绍明先生透露,阳光宝利在成立之初就设立了数据工程中心,以迎接P2P行业大数据时代的来临。

陈绍明在采访中表示:“这个部门是对未来我们的数据搜索、抓取方向、统计模型、统计原理,以及后面我们一些定向、定量或不定量的分析所做的准备。目前,阳光宝利或者说是业内任何单独

一家公司掌握的数据总量,都还不足以去支持现在做大数据的分析,但我们现在已经意识到了未来大数据工作的重要性,所以在第一时间建立起这个部门。”

据了解,大数据在P2P行业风险控制的应用主要基于两点:首先就是数据量足够大,其次是数据维度多,结构复杂。但目前P2P平台的数据量不仅有限,而且数据维度也不够全面,阳光宝利成立数据工程中心主要是基于解决这两个行业问题出发。一方面提前做好数据的搜索和积累,弥补数据不足的缺陷,一旦央行对外开放征信数据库,平台则可迅速实现自身数据和央行征信数据的对接,建立强大而完备的风险数据库;另一方面尝试运用不同的建模方式来设计风控模型,并不断地去检验数据的维度和信度,为数据搜索和积累的方向提供指导性意见,从而建立更完善的平台风控体系,为投资者的资金安全起到保驾护航的作用。(复 习)

赛出冠军 赢得市场 全新爱丽舍WTCC赛事营销硕果巡礼

2014年11月16日14时,著名的东方蒙特卡洛——澳门东望洋赛道,汇聚着全世界车迷的目光,这里,正在上演世界顶级汽车赛事WTCC的收官之战。一年的琴箫合奏,论剑争雄,赛场上的诸强此刻终于迎来巅峰时刻。

回顾2014年WTCC赛事,赛场上的全新爱丽舍战车所向披靡,赛场之外,全新爱丽舍借力WTCC赛事营销,实现了月均破万的销量,引领着中级家轿市场。

2014年10月12日,对于雪铁龙而言,更是值得纪念的日子,在当天的两回合比赛结束之后,雪铁龙车队以848分,领先第二名274分的成绩,提前两站将2014WTCC世界房车锦标赛车队总冠军收入囊中!

至于全新爱丽舍战车在赛场上的表现更是有目共睹。全新爱丽舍战车完美地继承了原型车“600万KM+”的品质,并在赛场上发扬光大。

在中国,凭借“品质高、空间大、配

置全”的产品优势,全新爱丽舍一跃成为了中级家轿市场的引领者。2014年,全新爱丽舍月均销量过万,9月,在其上市一周年之际,其累积销量已突破10万辆大关!

据悉,全新爱丽舍明年将继续出征WTCC赛场,捍卫自己的“江山”。未来,我们期待全新爱丽舍带来精彩赛事的同时,能够继续在营销创新以及市场销量上“赛”出精彩。(王 鸿)

东风日产斩获两项大奖 成“2014年金扳手奖”大赢家

日前,中国汽车售后服务产业的年度盛典中国汽车服务营销峰会暨2014中国汽车服务金扳手奖评选颁奖典礼在北京圆满落幕。东风日产凭借在二手车置换和汽车租赁业务方面的出色表现,一举斩获“优秀品牌二手车奖”和“优秀品牌租赁奖”两项荣誉,成为当天颁奖典礼上的一大赢家。

对此,东风日产水平事业部部长徐川表示,东风日产水平事业部一直致力于提升经销商盈利能力和消费者满意度,秉承着这样的理念,东风日产相继推出了“认证二手车”业务和“易租车”服务品牌,以便让广大消费者在汽车置换和租赁过程中,都能享受到东风日产的高品质贴心服务。此番获奖,又一次印证了东风日产在中国汽车服务领域的领先地位,也让东风日产对未来工作更加充满信心。

据悉,从2006年至今,中国汽车服务金扳手奖评选活动已经连续举办9年,凭借专业的权威性和庞大的参与人群,“中国汽车服务金扳手奖”已经成为中国汽车服务领域最具知名度和影响力的年度榜单。

此次,东风日产在评选中获得“优秀品

牌二手车奖”和“优秀品牌租赁奖”双料大奖,与其不遗余力发展“认证二手车”业务与“易租车”服务品牌,致力于为消费者提供业界领先的汽车后市场服务理念密不可分。

作为国内最早涉足品牌二手车业务的汽车厂商,东风日产从了解客户需求、把握市场脉搏出发,在“信赖始于至诚服务,安心源自可靠品质”的宗旨指引下,以新车销售和服务的标准在全国开展品牌二手车业务,为广大消费者带去安心、便捷的二手车服务。经过多年的潜心经营,截至目前,东风日产已在全国专营店实现了置换能力的覆盖,建立了300多个认证授权店和8个二手车交易中心,累计二手车置换量突破34万台,认证二手车总量达到25000台,限牌城市置换率领先竞品,同时二手车批售收益最高可达单台5000元/台,实现了置换和收益双赢的模式。东风日产二手车业务已经成

为行业的标杆,在业内获得了非常好的口碑,而此次也是东风日产第三次获得金扳手“优秀品牌二手车奖”。

而在汽车租赁领域,东风日产更是以极大的开创性和前瞻性,推出了国内首个厂家汽车租赁品牌——“易租车”。秉承东风日产“技术日产,人·车·生活”的品牌内涵及“原厂品质,服务随行”的经营理念,“易租车”服务品牌以东风日产保有客户与潜在客户为主要服务对象,提供东风日产全车系,保证原厂的产品品质,以专营店服务网络和服务能力为支撑,为消费者提供全程专业畅捷的汽车租赁服务,解决消费者商务出行、公务接待、旅游度假、维修代步、新车体

验等多元化租车需求。仅2014年前10个月,就有超过8.6万人次在旅行、商务和日常代步中选择了东风日产易租车带来的安心服务。

伴随着汽车“微增长”时代的来临,汽车后市场的盈利能力将成为企业的重要竞争力,东风日产以敏锐的市场洞察力和突破性的创新模式,相继推出“认证二手车”业务和“汽车租赁”服务,以实际行动践行“客户至上”的服务理念,不仅提高了客户满意度、提

高了经销商的抗风险能力、推动了整车销售和发展,更为整个行业发力汽车后市场提供了很好的示例和经验。

在获得两项大奖的肯定下,东风日产将以持续关注客户需求的事业态度,以精湛创新的专业精神,不断超越期待,为客户带去更加精彩纷呈的东风日产车生活。(吉 祥)

