电视跨入大“视”代 TCL新品登陆音视频大会

我们现有的电视产品,在经过了多年的革新后,已经逐步完成了智能化的改造,不过这似乎也预示着电视的发展已进入瓶颈期,除了工艺的进步可带来更加便宜实惠的价格外,各个品牌的产品在功能上却多是大同小异,同质化现象非常严重,而电视产业期待破局者的出现。

回到用户的需求来说,现在95后年轻人都已经开始踏足社会了,而由这些新潮劳动力组建的家庭中,对于电视这样的产品会有很多区别于年长用户的需求。简单来说,这些用户对于电视不仅仅是有“看”的需求,更会追求“好看”与“看好”。

所谓“好看”,从字面意思来说,就是电视外在独特美观。年轻用户在选择家电时不仅仅是把其单纯的看做一个工具,更需要其融入整体的家装环境,成为一件具有自身独特品位的装饰品。所谓“看好”,自然是在电视的观赏体验上有新的提升,从传统角度上讲,更大屏、更高清自然就能更“看好”。

TCL一直是传统家电行业中的先锋品牌,在电视行业同样拥有极高的技术水平和品牌声誉,11月15日,TCL参加了音视频大会,并展示了以TCL C10为首的多款重磅新品。TCL此前已通过一系列投资整合布局取得行业领先优势,形成了以TCL C10双屏量子点电视为代表的大屏产品矩阵,推动行业跨入大“视”代。

作为TCL今年推出的主力大屏电视,TCL C10可以说是拥有诸多亮点。首先是“好看”,其在外观设计上延续了TCL电视一贯设计风格,造型简约,整体线条流畅,拥有5.9mm流光玻璃背板,采用形侧切工艺,做工优秀;前置独立Soundbar音响,造型独特,同时带来优秀的音频表现。

TCL C10也是目前行业中唯一一款QLED+IMAX+双屏电视,画质表现自然非常出色。QLED量子点技术对比OLED拥有诸多的优势,首先量子点采用稳定可靠的无机纳米显示材料,拥有高达157%的色域覆盖,同时色度更纯、更持久。此外,高达1000nit的高亮度能够显著提升画面的表现力。同时因为OLED屏幕的稳定性不佳,在寿命等方面难以达到商业化的要求,目前还难以布局8K大屏产品,而QLED技术相对成熟,能够充分展现8K高达3000万像素的丰富细节,大屏已然能够保持清晰亮丽,最大程度还原事物真实色彩。

同时,TCL还是与IMAX建立深度合作的首家中国合作伙伴,而TCL C10双屏QLED TV也通过了IMAX和DTS双重认证,拥有IMAX级放映系统。音效方面,TCL C10搭载ONKYO 2.1音响,支持杜比全景声。

同时作为智能电视TCL C10搭载多核处理器,拥有3+32GB存储配置,满足更高清视频解码、播放需求。其内置全场景AI芯片,0感交互,拥有双屏双显,支持双盘智能音箱、观影进度提示、小T交互等多样功能,打造更加智能化的家庭智能。

现在5G正稳步推进,未来必然会带来更加高速的通信传输速度,对于电视产业来说,5G的到来必然会推动8K超高清分辨率内容的传播效率,面对这样的分辨率,大屏必然拥有比小屏幕更加优秀的显示效果。

同时,现在生活水平的提升,也会让更多人更加注重生活的品质,而“不管客厅有多小,电视越大体验越好”这样的说法也越来越深入人心,在今后的市场中,大屏电视的发展必然会有进一步的增长。而面对这样的变化,拥有大屏产品矩阵的TCL相信已经准备好了。

辽宁省昌图县大兴镇中心小学开展“不忘初心、牢记使命”主题教育活动

本报讯 (记者 **孟祥山**)辽宁省昌图县大兴镇中心小学通过开展“不忘初心、牢记使命”主题教育,进一步加强了学校党建和思想政治工作。学校紧紧围绕立德树人这个根本任务,从教学、学科、人才工作等查找问题,发现短板,改进工作;落实主体责任,重点抓好学校领导班子主题教育,抓实基层党支部理论学习,把学和做结合起来、把查和改贯通起来,务求主题教育取得实效。

大兴镇中心小学位于辽宁省昌图县大兴镇刘杖子村。学校始建于1948年3月,总建筑面积4910平方米13个教学班,教职总人数56人,在校生总人数420人。学校在校党支部带领下以“学会做事,学会做人,学会知识,学会技能”为办学目标,努力满足学生使康成长和全面发展的需要,办学得到了社会的广泛认可。近年来学校多次被评为铁岭市“中小学管理工作先进校”、昌图县“平安校园”等荣称号。

杨薇是大兴镇中心小学的一名党员教师,在十年的班主任工作实践,她深感班主任工作责任重大。她始终怀着这颗初心,用自己的知识、智慧、人格魅力引领着学生一同成长,和孩子们并肩前行。

“作为一名党员教师,我的初心就是教书育人,为国家培养身心健康、厚德勤学的社会主义接班人。作为教师,我们应该用爱心来对待孩子,用诚心来打动孩子;用热心去帮助孩子;用微笑去面对孩子;用人格去影响孩子。”杨薇说。

安徽省蒙城县三义镇开展扶贫专项走访活动

本报讯 临近年末岁首,蒙城县三义镇组织镇村干部、扶贫专干分成8个工作管区对建档立卡贫困户的家庭收入、生产、生活、教育、住房、医疗、饮水安全等进行再一次大走访,让寒冬里的贫困户切实感受到党的温暖。

走访中,扶贫干部坐下来,和贫困户拉家常,面对面交流,进一步了解贫困户是否真正吃不愁、穿不愁,住房、医疗、教育是否得到保障、饮水是否安全,改厕项目是否真正落实到位。各项扶贫政策是否落实到位,现在还有没有需要解决的微心愿等。

面对扶贫干部们的关心,广大贫困户纷纷表示:现在是吃不愁、穿不愁,生活一天比一天好,住好房子,看病免费治疗,自来水通到家门口,就连厕所都给解决,共产党想得多周到。生活无忧,一定要激发内生动力,走勤劳致富之路,早日致富奔小康。

(邵 岭)

破局革新 金锣持续深化整合营销

近日,2020年度金锣熟制品经销商大会在山东临沂完美落幕。金锣集团总裁郭维世提出“2020年金锣要将市场份额放在第一要务”,同时定下了金锣熟制品“快字为先,突破百亿”的目标。副总裁杜庆夫表示“2020年金锣要紧紧围绕服务终端升级和重点区域突破,通过整合品牌、客户、产品、渠道、行销、供应链,形成营销合力,为销售持续成长赋能”。

时代变迁 肉制品营销历经三个阶段

作为战略性的营销思想在过去二十年发生了巨大的变化,营销方式的进化过程是时代变迁的剪影。上世纪80年代,爷爷饭后必读的新闻报纸,健身广场上外放的收音机,都让我们印象深刻。然而随着时代的变迁,互联网+、移动互联崛起等不断倒逼企业主改变营销思维,随之而来的,是肉制品行业的营销理念也发生了翻天覆地的变化。

2010年以前,在以产品为中心的营销1.0时代,肉企在营销上多为卖产品形态和性能,以金锣王、加钙金锣王为代表的产品,基于基础的产品功能层面营销,即可打动消费者进而形成购买。

2010-2017年,随着市场的变化,各大肉企产品同质化严重,行业竞争愈演愈烈。彼时,单纯的产品营销已不能打破僵局,企业要考虑的不仅是让消费者了解产品的特性,更重要的是让客户对品牌产生信任和依赖感,品类品牌化成为当时的营销趋势,肉制品营销2.0时代到来。对此,金锣率先提出“品类品牌化”战略,打造出以中温突破型产品“肉粒多”、高温换代型产品“无淀粉”、休闲第一子品牌“得乐食”、儿童专属品牌“哈啰伙伴”、德式低温王牌产品“德斯克”等为主体的丰富产品矩阵,完成了金锣从“产品营销”到“品牌营销”的转化。

2018年至今,国民经济快速发展,互联网技术日新月异,Z时代消费者崛起……消费者需求、触媒习惯以及媒体属性均发生了巨大的改变。新媒体、移动媒体崛起使得原本单一的电视、广播、纸媒、户外等媒体渠道变得更加多样化,世界的媒介格局也越来越碎片化,营销边界逐渐被打破,消费者可以通过身边的任何一个智能交互终端与企业、品牌建立实时连接,即时获得产品与服务。“整合营销”作为信息爆炸时代的产物应运而生,肉制品营销3.0时代随之而来。

深度布局体育营销

面对肉制品营销3.0时代,金锣集团副总裁樊红旺指出,“2020年,金锣要借助重大体育赛事热度和女排正面形象,以‘冠军女排 健康金锣’为关键词,整合广告宣传、公关活动、线下主题推广、消费者活动等资源,全面塑造和传播金锣品牌健康肉制品新形象,助力品牌升级和产品动销。”

事实上,近年来金锣不断调整营销布局,在产品营销+品牌营销基础上,发力布局整合营销。

在品牌代言及体育营销方面,随着各类体育赛事的兴起,越来越多的大型国际赛事受到关注,中国人的体育热情被极大地点燃,金锣基于此与中国国家女子排球队达成合作,将双方的“健康理念、拼搏精神”进行融合,实现健康品牌升级;同步研发健康新品“健食力”,并签约女排名将张常宁,助力中国女排征战2020东京奥运会,深度布局体育营销。

IP合作方面,金锣签约人气动漫猪猪侠,作为金锣儿童产品“哈啰伙伴”代言人。本届大会,猪猪侠也亲临现场,用欢快的舞蹈表演助阵哈啰伙伴新品发布。

公关活动方面,金锣携手张常宁共同发起#这种身材才叫6#抖音话题挑战活动,在抖音平台迅速走红,网络红人、健身达人纷纷参与。活动期间,话题超过1亿次播放,单支视频最高点赞量达11万次以上。

此外,金锣除了传统的广告投放,还积极布局移动端精准投放,提出“聚焦优势APP及电视媒体资源,精准发力,强化年轻消费者触达”策略;另一方面,还积极借势热点节日、热点事件持续深化社会化营销,塑造金锣更有温度的品牌形象。

时代在变,肉制品行业的营销思路也在变,在龙头企业共同较逐的赛场上,金锣深度布局体育营销,加速推进整合营销进程,不仅在竞争激烈的肉制品市场中形成差异化,凸显自身价值,同时也推动了肉制品行业加速开启创新营销变革,助力肉制品行业健康发展。

期待2020年金锣大放异彩,与冠同行,实现品牌与营销的双丰收。

知乎携手安利开启女性创业新时代

全球女性创业创新峰会在京举办

12月12日,由知乎和安利联合主办的2019全球女性创业创新峰会在京举行,中国妇女发展基金会理事长孟晓驷、葡萄牙使馆参赞孔帕蒂、联合国项目事务署中国首席代表罗响、安利(中国)总裁余放、知乎战略副总裁张宁,以及百余位知名女企业家、投资人和创业者出席会议,围绕“她创时代 美好发生”的主题,特别是女性创业意愿、创业痛点、创业环境、创业趋势等话题进行了深入探讨。

女性创业最好的时代

互联网经济崛起的时代,中国已成为全球创业最活跃的国家。《AGER 2018安利全球创业报告》数据显示,中国的安利创业指数得分80,远高于全球47分的平均值,但略低于越南的84分和印度的81分,位列全球第三。发达经济体中,美国排名12,德国38,日本42。这显示出新兴经济体是推动全球创业重要的引擎。

这份覆盖全球44个国家和地区的近5万名受访者的报告同时显示,中国的女性和男性群体显示出几乎相同的创业指数分值,分别为79和81,中国女性创业指数79分排名全球第二,揭示出中国为女性创业提供了非常友好的社会经济环境,女性创业已成为一种“新常态”, 安利(中国)总裁余放表示,在过去,女性在创业上存在一些劣势:社会资源不平等,发展瓶颈、体力精力的差距、兼顾家庭的烦恼……“而到了互联网时代,这些藩篱以肉眼可见的速度被打破,属于女性的创业体验也变得越来越好:通过手机,就可以随时随地创业,随时随地学习,自由安排事业和家庭。”

知乎战略副总裁张宁介绍,“知乎作为一个内容社区,很多女性创业者通过知乎受到鼓励和启发,挑战认知的边界,推动了创新的力量,结识了创业的伙伴,链接了更多的消费者;知乎举办此次峰会,意在为全球女性搭建一个桥梁,让更多女性洞察未来创业趋势并应对挑战,在创业浪潮中找到属于自己的事业空间”。

女性创业的趋势与机遇

2018年我国人均GDP接近1万美元,中等收入群体不断扩大,消费升级提速,中国已进入服务业主导的经济发展阶段。当前消费的明显特征,即从过去的物质消费向服务消费转变。在由“产品”为中心转向以“人”为中心的商业时代,女性天生擅长社交,擅长情感营销,女性在解决问题时具有独特的视角,敏锐的感知,和细腻的表达,更能洞察消费者心理,以及为消费者提供服务。

安利(中国)总裁余放介绍,根据《安利全球创业报告》显示,在对创业的最大担忧上,“最担心不能收回投资成本”成为男女两性的巨大差异,女性比例为11%,男性仅有4%,相较男性,女性在创业上更害怕失败。因此,女性创业更需要有一种可以低成本启动的方式,同时需要社会支持各类大众创业平台发展,并在文化层面鼓励创新,宽容失败,为创业者提供宽松的社会环境和舆论氛围。

小靖界文化传播创始人匡靖、安利全球政策咨询委员会成员葛勇芹、遇言不止创始人及CEO席越、私席 Seaty 创始人王蓓等女性创业嘉宾均表示,从事自己热爱的工作,兼顾事业与家庭的融合,实现自我成长而不是简单意义的成功,是创业带给她们的最大价值。

“新安利”赋能创业者

很多创业模式不仅要有资金、技术、经验,甚至牺牲生活质量,承担很大风险。安利(中国)总裁余放表示,新安利打造的创业平台,女性创业者占比七成,就是希望帮助她们做到生活和创业相融合,实现“生活就是工作,兴趣就是事业,朋友就是伙伴”这样一种最符合人性的创业模式。

对于遵从内心热爱又害怕承担高成本投入的女性创业群体,安利一直致力于为她们打造一个良好的创业体验。第一,用个产品试一试,选用安利优质产品,提升自己的生活品质;第二,发个链接试一试,依托安利微购、安利云购平台,把自己爱用的产品链接分享给信赖自己的朋友、粉丝,把自己的影响力变现为生产力;第三,建个圈子试一试,基于自己的兴趣,组建一个线上线下互动的生活社群,不断扩展、裂变,就会成为安利创客发展社交电商的基础。

发挥所长,把兴趣做成事业,在事业中收获更好的生活。在安利创业平台,对女性创业者来说,不仅仅是为了事业成功,更重要的是一种全新的生活方式,一个学习成长渠道,一个自我表达和实现价值的通路。

乘5G东风 打造智慧建材电商

——记杨不弃电子商务公司总经理旷永禄

“旷总对我们员工很好的,会经常问到我们工作适不适应,今天的食堂饭菜满不满意呀,对我们员工考虑得细致又周到。”杨不弃电子商务公司运营部的罗经理说。杨不弃电子商务公司的员工们一提到总经理旷永禄,大家都赞不绝口。

旷永禄,杨不弃电子商务公司总经理,2019年加入杨不弃电子商务,负责公司全面运营管理。毕业于华南理工大学。2013年进入金融市场,曾获评互联网金融领军人物,曾任广州宝洁集团华南地区市场总监、广东万达控股集团执行总裁、广东国金集团总经理。

敢作为 初挑大梁聚人心

“我们公司刚从思南搬到万山区的时候就只有我一个人,那时办公室才开始装修,三个月过去了,现在我们公司的团队有27个人,都是经验丰富的人才。”旷永禄说到。杨不弃电子商务公司此前在铜仁思南县发展,2019年9月才从思南搬到铜仁市万山区,当时公司只有旷永禄一个人。“因为遇到合作伙伴杨韩炳董事长,投资了700多万,让我拿着资金开始组建团队。”带着合伙人的信任,旷永禄开始招贤纳士。

因为初期没有HR,招聘、打电话、面试等这些工作都是旷永禄一个人撸着袖子干。人才是一个公司发展的核心,为了招到优秀人才,旷永禄特地到深圳、浙江这些电子商务发展的较好的地方去引进人才。“我知道铜仁和发达的一、二线城市没法比,我们的工资待遇可能会差些,但是我对每个来面试的人承诺,我会让你在这里学习到其他地方学不到的东西,公司也绝对不会拖欠员工一分工资,会让他们有机会在这里大展拳脚。”面对这份诚意,很多人选择留了下来。

在11月份,杨不弃电子商务公司的员工周全龙和平常一样在公司正常上班,下午旷永禄叫大家一起去吃饭,突然一个服务员推着生日蛋糕,唱着生日歌过来了。这时大家才知道公司为当天过生日的周全龙准备了一个生日惊喜,周全龙自己都没记住当天是自己的生日,看到公司准备的这一切特别感动。“我太喜欢我们公司了,这是我在其他地方没有的待遇。”周全龙说。

旷永禄认为,只有把团队打造好了,人心齐了,公司才会发展得更好,才会更快的成长起来。

善开拓 打造平台创特色

“家居建材行业的发展目前在铜仁是很落后的,很多企业都还在传统模式下进行经营,这样会造成市场的混乱,我们公司就是要做一个专业的模式,进行资源整合,尽量避免行业的混乱。”旷永禄说到。

因为家居建材在传统经营模式上,消费者很难做到货比三家,有的商家在售后服务方面也做得不好,出现乱收费现象。据旷永禄说,之前,他家里的洗澡喷头坏了,因为需要专业工具才能操作,就打了一个电话叫师傅来换,来回就5分钟时间换了个蓬头,却花了100元。

当时旷永禄就在想,这些收费是不太合理的,商家的售后服务不到位,对于消费者来说很不划算。

秉承“在为民造福中求生存,在回报社会中得发展”的宗旨,旷永禄带领杨不弃电子商务公司打造了一个消费透明化、便捷化,拥有良好售后服务的平台。旷永禄认为,杨不弃电子商务公司拥有优秀的人才,公司拥有全新的运营方式,公司平台质量得到保证,能在行业竞争中拥有一席之地。

“我希望在我们平台消费的消费者可以拥有很好的售后服务。在我们平台,消费者可以给商家打分,可以挑选到自己满意的产品。”旷永禄说道。现在杨不弃电子商务公司计划明年打造“贵州杨不弃商学院”,这是一个专为企业提供管理、咨询及培训的专业服务平台。

重科研 以电子商务谋发展

这些年,受到大数据发展的影响,就想着为家居建材行业打造一个电子商务平台,他认为这也是未来家居建材行业发展的一个趋势。“我们公司目前旗下拥有杨不弃品牌,还结合了新型模式B2B2C、020新零售模式做电商平台,为打造好我们的平台,现在技术部的软件开发完成度达到90%。”旷永禄说。

为了将线上线下做好,旷永禄不满足平台发展局限于铜仁,他的发展目标是面向全贵州省,于是他派人到各地进行考察。“为了让消费者满意,让商家了解我们、信任我们,我们在贵州各地区进行了考察,比如遵义、毕节等地区,得到大量的有效数据。

有原则 慎重决策打基础

“我们老板在工作上很严谨的,是一个很有原则性的人。”杨不弃电子商务公司人事部李经理说。虽然私底下旷永禄是一个很随和的人,但是在工作上原则性很强。“有的公司会有亲戚到公司上班,可是我这里是不允许出现的,能者居之。”因为是公司的领导,家里有亲戚询问能否到公司上班,旷永禄没有允许。在他看来,员工对公司太重要了,有能力的人才会给公司创造更好的未来。

每天下班之后,旷永禄会回到办公室。他反复的研究其他家的电商发展的成功经验,会上网收集资料,再三的思考自己今天所做的决策合理性。

只有把公司的基础打好,稳扎稳打公司才会走得长远。旷永禄说:“之前有一个建材企业,拿着50多万找我们公司合作,我拒绝了,因为现在我们的平台还不完善,如果答应了就是对别人不负责。”

万丈高楼平地起,打好地基很重要。目前,杨不弃电子商务公司还处于试运营阶段,明年初会正式运营,将在技术和平台构建上更加完善。

(黄青青)