



□ 本报记者 王 洋

近期,随着阿里巴巴、京东和 eBay 等电商巨头在 VR 购物方面发力,再一次引发了各界对虚拟现实行业的关注。2016 年被誉为“VR(虚拟现实)”元年,吸引了全球各大企业纷纷涉足。其中,VR 技术如何落地,如果尽快商业化更成为行业探讨的热点。那么,消费者会乐于买单吗? VR 购物离我们的生活还有多远?就此,记者展开了调查。

电商巨头纷纷布局

早在今年 4 月,随着一段淘宝 buy+ 视频被疯狂转发,阿里巴巴便宣布要做

VR 购物。在随后的 5 月份,暴风魔镜宣布联合悦海购在 VR 购物领域展开深度合作。中秋前夕,京东宣布成立电商领域首个“VR/AR 产业推进联盟”,组建 VR 实验室,发布 APP“VR 购物星系”。此外,日前美国知名电商 eBay 宣布与澳大利亚零售商 Myer 合作推出全球首个 VR 虚拟现实百货商店。据悉,通过“eBay 视觉搜索”消费者能任意挑选商品,还能在线购买。

最近,VR 购物这一概念开始频繁出现在媒体的报道当中,诸如阿里巴巴、京东和 eBay 等电商巨头相继宣布在该领域展开投入。记者了解到,由于 VR 技术能为消费者带来极强的沉浸感,与形

形色色的商品相搭配后,将呈现出新鲜的购物体验。因此各大电商纷纷押宝 VR 购物,认为它将为电商格局带来颠覆式改变。

“长期以来,电商相较于实体店,在用户体验方面存在很大弊端。而随着 VR 技术与电商进一步融合,这一新的方式将为消费者带来更真实的购物体验,让仅靠线上渠道销售的产品也可以‘看得见、摸得着’。”一位不愿意透露姓名的某电商相关负责人告诉记者。

消费者乐于买单

各大电商巨头试水 VR 购物,那么,对于消费者来说,这种全新的高科技购物体验,他们是否愿为此而买单呢?

据随手记理财社区近日发起的调查显示,近九成网友对 VR 购物感兴趣,其中占比 34.5%的网友对 VR 购物“兴趣浓厚”,55.2%的网友表示“有点兴趣”,仅 10.3%的网友表示不太感兴趣。

让消费者在虚拟世界中享受沉浸式购物体验是 VR 购物吸引电商巨头跃跃欲试的重要原因,那么,VR 购物吸引消费者的又是什么呢?据上述调查显示,占比 65.5%的网友表示更注重场景的逼真度与灵活性;55.2%的用户重视商品的立体化、全方位展示及商品信息数据的公开;44.8%的网友重视花费的时间、精力及金钱成本。

商用需跨过头晕问题

提到 VR 购物,有不少业内人士在接受采访时表示尚需时日。

记者了解到,目前市面上在售的 VR 设备主要分为三种,一种是售价在十几元到几十元不等的 VR 纸盒,用一对凸透镜和一片硬纸板便可以组装成功。第二种为 VR 一体机,售价在一千元到上万元不等,第三种是 PC 式头盔,价格最为昂贵,虽然体验最好,但由于需要连接线路,所以在佩戴后用户的活动范围受限。虽然这三种类型的设备可以覆盖到不同的消费人群,但由于高沉浸感而给体验者带来的晕眩感几乎都无法避免。有业内人士表示,抛开技术不成熟、订单操作环节尚未打通等问题,VR 设备在使用时的不适感便是阻碍 VR 购物的一道门槛。

此外,有数据显示,对于 VR 购物实现普及存在的困难,62.1%的网友认为“企业 VR 购物服务和用户购置硬件设备的成本均较高”是最大的拦路虎,其次是 VR 技术还不成熟,占比为 48.3%;还有 34.5%的网友认为 VR 购物带来的感官体验有限,20.7%的网友则认为“VR 购物后续支付、订单操作等环节尚未打通”。

对于 VR 购物能否在未来大规模投入商用,41.4%的网友看好 VR 购物的前景,48.3%的网友表示中立,10.3%则表示不看好。

绅宝 X35 销量首次突破万台,达到 10189 辆,累计销量 3.5 万辆,成为北汽绅宝又一爆款车型。北汽绅宝坚持“1+N+X”渠道发展策略,持续推动“星火计划”与“燎原计划”实施,拓展 3-6 线城市,扩大传播声量,挖掘潜力市场,进行渠道创新营销,增加渠道数量,帮助经销商提升销量。(卢 云)

行业资讯

三星“释放潜能”活动助力年轻一代筑梦远航

多年来,三星秉承年轻化战略,将自己的目标消费群体定义为一颗年轻心的消费者,不仅仅是按年龄定义,还有年轻不服输的心态、学习型的思维方式、时尚的行为元素、勇于异想天开的创造力等等多元体现。三星一直以来深谙用户支持的重要性,成就了三星盖乐世在全球范围内的成功,为中国年轻人搭建的信息交流情感互通平台—盖乐世社区,强化了星粉们对于三星盖乐世社区的归属感,聚集粉丝的力量营造出一个品牌伊甸园。

三星电子在全球发起的“释放潜能”主题活动成为三星拉近全球年轻人的另一载体。让街头伫立的红色小人和一个简单的趣味游戏解决人们对闯红灯行为漠视的难题,潜移默化地给中国消费者的日常生活甚至行为态度带去有意义的改变。为了培养青少年发现问题和用科学的方法解决问题的能力,三星于 2013 年发起“SOLVE FOR TOMORROW 探知未来”青少年科普公益项目,让他们有更多的机会、更好的平台参与科普实践,去感知未来科技。

助力年轻一代筑梦远航,三星乐于做,在实现与社会的良性互动,力求实现“做中国人民喜爱的企业,贡献于中国社会的企业”的最终目标上,始终坚守前行。(黄 河)

RTTP 认证培训在中国国际技术转移中心开班

9 月 26 日由中国国际技术转移中心联合英国普雷塞斯中心与聚思睿管理咨询(北京)有限公司共同发起的国际注册技术经理人认证(RTTP)系列培训课程在中国国际技术转移中心开班。科技部火炬中心技术市场管理处处长郭俊峰、北京市科委高新处处长王金勇出席了开班仪式,中国国际技术转移中心负责人北京技术交易促进中心主任黄平主持活动并与 30 位技术转移领域、科技型企业、创新创业机构从业人员参加培训,共话成长。

此培训选择精品高端化的路线课程为期 12 天,以技术转移从业核心技能为切入点,讲解前沿技术的研发创新、技术成果的价值发现、初创企业的知识产权运营、融资风险及商业模式设计等。来自英国普雷塞斯公司的授课导师之一、普雷塞斯培训委员会成员和技术转移基础课程主管亚当·欧文和英国技术转移专家妮莎·凯里教授在本次课上为学员带来精彩授课。该中心壮大我国专业化技术转移人才队伍,促进科技成果转化效率的提升。(岳 山)

车行天下

9 月销量破万 绅宝 X35 再现一车难求

“金九银十”里,自主增速王北汽绅宝明星产品——绅宝 X35 叫好又叫座,不断刷新销量记录,轻松跨

进万辆大关,跻身“万辆俱乐部”。从公布的销售数据看,北汽绅宝 9 月销量 22109 辆,同比增长 116.7%,其中

东风凯普特·第二届中国卡友节油挑战赛第一百场圆满成功

近日,来自北京以及周边的卡友们齐聚东风轻卡北京北都恒远 4S 店,加入东风凯普特·第二届中国卡友节油挑战赛海选赛第 100 场的激烈角逐,这是东风轻型车掀起的节油风潮,以最高效率让节油之势遍布全国,这也是北京首次举办中国卡友节油挑战赛。

随着出发令旗一挥,中国卡友节油挑战赛北京站正式发车,三十余名卡友开始了近 50 公里的比赛赛程,比赛路线采用城郊结合路段。来自北京当地的卡友卢占国师傅表示,自己是东风轻卡的忠实客户,这次应邀参加这次节油挑战赛感到非常荣幸。这场比赛的赛场路况比较复杂,和平时自己跑得路况稍有不同,坡多,车多,而且红绿灯也比较多;其中有一段路非常窄,车辆也多。如果能在这场比赛中如果能够取得好成绩,肯定能够在全国比赛中获得好成绩。同时他表示,参赛的目的并不是为了得奖,就是为了

广大卡友多交流,提高自己的驾驶技能。

在第一轮卡友开始比赛之后,等待参加下一轮比赛的卡友们在主办方的组织下玩起了游戏。传递钥匙链、水杯传水以及捡豆子等小游戏,让现场惊呼连连,欢笑阵阵。主办方更是为卡友准备了不少小礼品,现场有吃有玩有送,一片欢乐,好不热闹。这些趣味小游戏不仅活跃了赛场紧张的氛围,也让卡友们迅速熟络,感情迅速升温,同时这些小游戏也让卡友们理解到了耐心、细心及团队合作的重要性。

在活动期间,主办方还同时举办了东风轻卡五产品团购会活动。现场主办方给出了平时难得一见的优惠力度,让众多卡友感受到了满满的诚意。同时,还针对订车用户举行了抽奖活动,奖品有电冰箱、电饭煲以及柴油滤清及保养券等,可谓十分丰厚,现场卡友购得开心,礼品拿到手软。

合肥红星路小学启动“午餐服务工程”

作为安徽合肥庐阳区首批启动“午餐服务工程”和“放心班工程”的 38 所义务教育阶段学校之一,今年秋季学期开始,合肥市红星路小学国际部校区积极响应,准时启动这两项工程,50 多名学生不仅在校吃上了热腾腾的午饭,饭后还能在老师的指导下,在校看书、做游戏。此举也获得了家长们的认可和放心。

不出校门即可享用热腾腾的午餐

9 月 18 日上午十点多,合肥市红星路小学国际部校区食堂里,员工们忙着为学生准备午餐,分类、清洗、烹饪……每一道工序都井然有序。11:40,下课的孩子们准点吃上了热乎乎的三菜一汤。据校长朱清萍介绍,该校的“放心午餐”由学校食堂负责经营,目前有 50 多位学生在校就餐,约占全校学生的 1/4。为了保证午餐品质和营养、提升孩子对午餐的满意度,学校邀请具有营养方面知识的专家拟定适合孩子身体发展的健

康食谱。“‘放心午餐’收费为 10 元每份,菜品为三菜一汤,荤素搭配,目前家长们都还比较认可。”朱清萍说。

“放心班”让学生饭后有好去处

40 分钟后,陆续有学生吃完饭,他们有的回到教室聊天、休息,有的在室内操场上玩耍、做游戏,有的来到阅览室看书……所到之处,都有管理老师维持秩序和看管学生的安全,一切井然有序。朱清萍告诉表示,作为午餐服务工程的配套措施,今年秋季学期学校同步启动了放心班工程,即学生就餐后由老师带回教室统一看管,并进行一些学习、游戏和休息。“每个活动室里,管理老师都做好了充分的准备。”朱清萍说,这两项工程不仅让多数中小学摆脱了没有食堂的困境,更解决家长中午没有时间接送孩子或准备午餐的托管难题。

严把安全卫生关

据了解,庐阳区同时制定了严格的

前沿动态

2016 年“昆仑润滑油杯”FSC 校园行活动完美收官

近日,由昆仑润滑油全程支持、中国汽车工程学会主办的 2016 年“昆仑润滑油杯”中国大学生方程式汽车大赛(以下简称 FSC)连续走进河北工业大学、广西钦州学院和桂林航天工业学院三所高校。作为 2016 年“昆仑润滑油杯”FSC 大赛总决赛前最后一场校园行活动,广西钦州学院和桂林航天工业学院同时召开了车队方程式新车发布会暨出征仪式,为即将在湖北襄阳举行的最后总决赛吹响出征的号角。

在交流环节,中国石油昆仑润滑油

公司代表为同学们详尽阐述了润滑油应用、润滑油对赛车机械性能方面的影响等知识,并就赛车技术和性能改造等方面做出了专业的解答。昆仑技术团队则为各参赛车队匹配优质的润滑油、齿轮油、制动液,为同学们科普分享各个环节,为即将出征的大赛提供最有效的支持。至此,为期近四个月 的 2016 年 FSC 校园行活动完美收官。这场由大学生方程式赛车引发的校园旋风,不仅让众多年轻学子感受到赛事与众不同的魅力和乐趣,也将昆仑润滑油的的爱理念深植心中。

舒客发布口腔健康白皮书

不久前,酝酿已久的《“健康中国 2030”规划纲要》获得通过,“健康中国”上升成为关系国计民生的重大国家战略。近日由中国口腔护理领先品牌舒客,与移动新闻平台今日头条联合起草的《白皮书》指出,口腔健康将发展成为一个覆盖众多产品服务门类的大产业生态。此外,舒客同步正式发布旗下首款 G2S 智能声波牙刷,并启动口腔大健康生态战略,蓄势打造“互联网+口腔护理+口腔医疗”的生态圈。

在综合计算美国等发达国家相关市场的发展轨迹和数据模型之后,《白皮书》提出一个预期:未来 15 时间里涵盖口腔护理、预防及治疗的大健康市场将实现超过 5000 亿的市场增量,而口腔护理产品和服务的迭代升级将是市

场的重要突破口。一个以口腔医疗为龙头,以新兴的高附加值、高科技含量精细口腔护理为主干的口腔大健康产业链已现雏形。《白皮书》认为,在智能声波牙刷、智能冲牙器等硬件和移动互联网的支持下,口腔护理品将进入健康管理的新时代。舒客此次发布的智能声波牙刷 G2S,不仅具有多种智能护齿模式,更借助蓝牙 APP 平台,通过智能口腔护理硬件锁定庞大的中产阶级人群,真正实现从产品到服务一体化体验式营销,全面迈向“口腔大数据”时代。薇美姿董事总经理曹瑞安介绍,舒客接下来将打通日常护理到专业诊疗的上下游产业链,形成互联网+口腔护理+口腔医疗产业生态圈布局。这是舒客本次发布白皮书和口腔大健康生态战略的重要意义。(二 月)

浦发银行万寿路支行:用心服务客户

今年 1 月底某下午,李女士神色焦急地来到浦发银行万寿路支行要求立即汇款 50 万元到他人账户。大堂引导员小孔出于职业习惯向李女士询问款项用途和是否与收款人熟识以保证其资金安全。李女士态度极不配合,拒绝提供相关信息,并一再催促柜员赶快进行转账。

小孔意识到事有蹊跷便把李女士

请到贵宾室,与营业室张主任一同安抚李女士。他们据此推断李女士很可能遇到了电信诈骗,在耐心细致地讲解了社会上各种电信诈骗的手段和公安机关通报报道过的真实案例后立即报警,及时避免了李女士财产损失。未来万寿路支行将继续以大众满意为出发点,以客户需求为中心,以温馨服务为标准,为客户提供更专业、更优质的金融服务。(卢 岳)



10 月 12 日,鸵鸟油·鹌鹑油中国新标准发布会暨诺和诺美国际生物科技(北京)有限公司与杭州钱林生物科技有限公司战略合作发布会在浙江省临安市成功召开。活动由全国卫生产业企业管理协会医药技术开发专业委员会筋骨养护办公室、中国筋骨养护协会指导,诺和诺美国际生物科技(北京)有限公司与杭州钱林生物科技有限公司联合主办,旨在打造代表中国的鸵鸟油与鹌鹑油产品标准,推动中国筋骨养护事业的发展。

国家质检总局原总工程师、全国打假办副主任叶柏林,国家工商总局原办公厅主任吴玉文,临安市政府办公室副主任王小强,诺和诺美国际生物科技(北京)有限公司董事长兼总经理王志民,杭州钱林生物科技有限公司董事长陈根春以及来自全国各地的筋骨养护从业者近 80 人出席了活动。

南北合作 强强联手打造拳头产品

早在 2013 年,杭州钱林就在中国鸵鸟油高峰论坛引发了社会各界的关注,不仅实现了鸵鸟的本土化养殖,且掌握了鸵鸟油的 CO2 超临界萃取技术,成为国内唯一一家药用和高档化妆品原料的企业。而作为中国筋骨养护协会理事长单位,诺和诺美则是中国筋骨养护事业的领军企业之一,在全国拥有数千名筋骨养护从业者,并于 2015 年正式启动了国民健康[个十百千万]工程,势将健康产业进行到底。

此次南北两家公司战略合作,联合推出鸵鸟牌鸵鸟油、金鹌鹑牌鹌鹑油,将两大产品引入筋骨养护市场,帮助更多人远离筋骨疼痛的折磨。

据悉,中国已经成为世界筋骨病患者人数最多的国家之一,超 2 亿人饱受筋骨疾病折磨,鸵鸟油及鹌鹑油产品的上市,将帮助大多数筋骨病患者。

标准发布 品质致胜比肩世界水平

在此次新闻发布会上,主办方发布了鸵鸟油及鹌鹑油企业标准。标准从外观、气味等感官指标,水分及挥发物、熔点、碘值、皂化值、不皂化物、不溶性杂质等理化指标,以及碘值、过氧化值、砷、铅、汞、菌落总数、霉菌和酵母素、粪大肠菌群、铜绿假单胞菌及金黄色葡萄球菌等卫生指标,对鸵鸟油及鹌鹑油品质进行了检验,并由企业标准信息公共服务平台予以审核、备案,代表了目前国内这两大产品的顶级标准要求。

据了解,鸵鸟油及鹌鹑油在国外被称为“神油”,具有良好的消炎成分和肌肤深层渗透性,可缓解关节炎症状;且由于鸵鸟油、鹌鹑油的结构组织比蔬菜和矿物质更接近于人体皮脂,因此可深层渗透肌肤皮层,达到治疗炎症的效果。但长期以来,鸵鸟油和鹌鹑油只能依靠进口,价格高昂且品质参差不齐。

在杭州钱林生物科技有限公司的努力下,鸵鸟及鹌鹑孵化、养殖、饲养、加工等技术环节已完全实现了本土化,使原材料成本降低了 70%。与此同时,鸵鸟油及鹌鹑油科技研究也在不断发展,成功研发出食用、药用、化妆品用等应用原料,产品品质已达到国际领先水平。(王 东)

鸵鸟油中国新标准发布 中国筋骨养护迎更大发展