

家居 细节营造温柔



虽然室外寒冬袭人,但大家也无须担心家中冰冷如窖,只要手机装上一个APP,即便身在室外也能远程遥控打开家里的智能空调;许多人都有睡梦中被楼下巨大的关门声惊醒的经历,有了静音锁具,无论进门还是出门都能静悄悄;浴缸边角冲洗不到,别担心,有了360度旋转、可抽拉水龙头,无论想冲洗哪个角落都能自己把握……这些都是记者在11月4日—6日北京国家会议中心举办的华夏家居博览会上看到的新品。现如今,越来越多的家居产品不再是为了智能而智能,而是增强了人性化的体验。

□ 本报实习记者 王 儒 文/摄

功能人性化

你家的水龙头能360°旋转吗

绿色环保是消费者选择家居产品比较看重的一点,随着社会经济不断发展,消费者对家居产品的需求也不断提高。家居个性化的功能和色彩设计应用,成为消费者在装修时考虑的重要因素。北京欧贝斯厨卫用品有限公司培训经理丁小波告诉记者,“现在正规厂家生产的家



居产品除了保证品质外,更注重绿色环保。以前消费者对于产品外观的要求往往大于内在品质,色泽锃亮、外型别致、有艺术感的产品更能获得消费者的青睐。而现在,消费者更趋向于理性消费。目前家居产品还是会在外形设计方面迎合消费者的现代审美理念,让产品更环保、健康,同时开发出更人性化的功能,比如可伸缩、可旋转360度的水龙头,出水方式和出水大小可调控的花洒等。”

美观耐用是基本

静音门锁让你来也悄悄去也悄悄

在木门、防盗门展区记者看到,北京振生安防科技发展有限公司的展位前人头攒动,非常热闹,很多参观的消费者被该公司的一种全自动静音锁具所吸引。振



生安防公司区域经理姚亚力告诉记者,“闭环保险设计使防盗门被撬时锁舌不易从门框中滑出,4个侧锁点使门更加牢固。3mm厚的

护锁钢板能够防止暴力开锁,防电钻、电锯等工具拆卸。”姚亚力表示,“静音锁使用方便,关门锁门只要顺手把门关上就锁好了,

锁点碰到一个门框,十八个锁点就会全自动锁好,方便而且无漏锁。开门时门锁只要拧九十度门就开了,改变了消费者以往开门时门锁要拧几圈的繁琐步骤,把开门、关门变得更简单。以前也有自动锁,但没有做缓冲和减震,只要一关门,响声会让整个楼道都知道你要出去了”。

对于门锁,很多消费者都是一把锁观念,就是一把锁一直使用,直到锁坏了才换。业内人士提示,作为保障家庭安全的锁是非常重要的,即使锁芯不坏也要在一定时期更换锁芯,这样才能有效保证家中安全。供职于中关村一家IT企业的李小姐告诉记者,“我这次来看展会就是为了新房装修做准备,这样的展会集中了全国乃至国外的一些品牌,也会有一些新的技术,选择的余地比较大,不用东奔西跑,一站式解决我的问题”。

更广泛的应用到家装行业中去。北京实创装饰工程有限公司设计顾问唐永超告诉记者,“夏天的时候我还有半小时到家,这时就可以通过手机APP打开家里的空调,调节到舒适的温度。平时在家里想听音乐,通过智能系统可以让每个房间的人都能听到各自喜欢的音乐;不小心把钥匙落房间里了,也可以通过APP与网络连接,轻松打开家门;躺在床上就可以打开灯或开关窗帘。智能家居产品会越来越走入普通家庭。”

从“有的用”到“更舒心”

家居产品更智能

现代消费者对于家居产品的需求,正从“有的用”向“用的好、用的舒适、用的开心”转变,舒适度和个性爱好将成为消费者评判和选购家居产品的重要标准,智能化家居将会引领未来消费市场。此外,定制产品也逐渐被现代人所接受,以80、90后

为主的消费群体,开始按照自己的个性偏好装修,怎么舒服怎么装。

消费者在装修时会比以前更注重实用,“互联网+”的大潮助推了各个行业的智能化进程,家居也不例外,智能家居受到很大一部分年轻人的喜爱,从而被



这些装备让你出游更爽

自由行、自驾游、露营……在很多消费者眼里,仿佛一夜之间,我们身边便出现了各式各样的旅行方式。以往人们都是想去更多的地方、看更多的风景,随着近几年旅游观念的转变,消费者更注重精神的放松以及与自然的亲密接触。

2015年,全国自助出游人数达到23.4亿。随着自助游关注度的提高,旅游商品及装备的消费市场也明显扩大。由国家旅游局、中国旅游协会支持,北京市旅游发展委员会主办的第五届北京国际旅游商品及旅游装备博览会于10月22日到10月24日在中国国际展览中心举办。展会前夕,中国旅游协会方面也表示,随着我国自助游人群井喷式的增长,旅游装备等产品也从专业户外人群迅速拓展到户外旅行爱好者等大众消费群体。

□ 实习记者 毛 润 文/摄

驰骋天下 唯我自驾

近年来,随着中国游客对旅游自由度、舒适度要求的提高,自驾游颇受青睐。据统计,2015年,中国国内40亿旅游人次中,自驾游游客占一半以上。这也直接带火了房车露营产业的发展。其中,露营需求占比为5%左右,即需求人次达1.17亿,每天的营位需求可达16万个。目前,自驾房车出游的需求市场已形成规模,且仍在不断增长,自驾车、房车露营旅游作为大众旅游时代的新业态初显峥嵘。

此前,国务院连续几年出台相关政策措施,为推动自驾车房车露营旅游的新业态助力。至2015年9月,全国已投入运营的自驾车房车露营地已超过280家,规划建设400多家,预计2020年达到2000家。在展会现场记者发现,有很多消费者对休闲自由旅游方式的要求和关注越来越大,现场也有不少旅游达人对房车文化表示认可。现场正在选购房车的北京市民孙先生说:“房车宣扬一种健康养生、休闲自由的生活方式,车子外面是世界,车子里面是自家。过去都是在美国电影里看到的,非常羡慕,现在我国房车及露营产业都已初具规模,自己也要满足当年的愿望,将旅游和生活完美结合起来”。

在展会论坛上,中国车船协会秘书长刘汉奇强调“因地制宜建设自驾车房车露营地”的重要性;全国休闲标准化委员会副秘书长付磊则提出了“营地+”和“+营地”的理念,希望以高品质的露营地服务,满足大众旅游出行的需求。

改变游览方式 尽享沿途风景

除了省心经济的跟团游,随性的骑行文化在这几年也被炒的越来越热。骑行与其他旅游方式有所不同,它崇尚的是一种健康自然、人畜无害的运动旅游方式,能充分享受旅行过程之美。一辆单车一个背包即可出行,简单又环保。驶过颠簸的路途,超越黑暗的隧道,在不断而来的困难当中体验挑战,在遥远的他乡体验风情,在旅途的终点体验成功。这种充满冒险的旅游方式迅速在70、80后一代人身边蔓延,甚至很快影响了60、90年代的人。

记者在现场发现,多种多样便于骑行的运动自行车也是此次展会的主力军。随着我国骑行文化的快速传播,骑行运动也吸引了各个年龄段的消费者。以往的传统骑行纯粹需要人力,这让很多年龄稍长、体力欠佳的骑行爱好者进退两难,但是在此次展会中记者发现,运动自行车产品也越来越注重舒适性、功能化、人性化,针对不同环境、年龄段、身体素质的消费者提供了更多选择的方向和机会。天津三一友泰科技有限公司推出的TOMA助力运动自行车就完美的解决了长时间、远距离骑行带来的体力不支,解决了体力不好但却喜爱骑行消费者的一大难题。TOMA助力运动车分为助力模式、纯电动模式、无助力模式,可根据不同骑行环境来自由选择,并首次采用混动汽车的电力回收技术,在刹车或下坡时产生电力回充,使骑行距离相应延长,让轻松征服长距离骑行不是梦。

在刚刚落幕的创享2017战略发布会上,聚力传媒公布了新一年的体育战略规划。与往年不同,此次公布的2017年规划中少了冷冰冰的数字,多了暖意融融的人文关怀,历经十余年跨越式发展,聚力传媒将在体育维度开启一场全新的征程。

十一年前,PPTV聚力涉足体育赛事网络直播,迄今为止依然是唯一一家直播过奥运会、欧洲杯、世界杯三大世

“Hi”。

想要实现这一愿景并不容易,因此聚力传媒选择大力投入足球公益,希望借此传递足球运动的正能量。在对少年儿童足球机构的探访中,聚力传媒认为不应该只是物质资助,更应有精神需求的满足。由于时差关系,中国的孩子们要看上一场世界顶级赛事的直播也并非易事。于是聚力传媒向西甲官方提出请求为中国的球迷调整比赛时间,经过

力,可以想象激励了无数少年实现足球梦的《点球成金》也会上演中国版。

2017年,聚力传媒还将在体育领域实践、推广两件事:一是解说天团,二是足球落地。凭借十余年的体育赛事直播经验,聚力传媒了解到受众对于解说员的喜好各有不同,并针对性地打造了强大的解说天团,为同一场比赛带来粤语、上海话、北京话等不同方言解说供观众选择。

多方努力最终促成了西甲足协唯一一次针对一个地区改变比赛场次安排。聚力传媒由此打造了赢得万众球迷心声的“西甲大周末”,孩子们在晚上六点、七点都可以看到最精彩的足球直播。对于足球,聚力传媒捐赠的是一个充满阳光的希望。

未来,聚力传媒的体育公益还将继续延伸。在与苏宁平台互通之后,聚力传媒形成了完整强大的体育产业链,加之聚力传媒在影视、综艺等领域的发

除了在线上布局,聚力传媒还第一次喊出了“足球落地”的理念。通过发掘足球中的父子情,聚力积极与影院合作,推出看球赛送电影票活动,将激烈的赛事体验延续到温暖的观影中。对于更为普遍的足球兄弟情,聚力传媒也已经与200余家酒吧达成合作,力图让兄弟情跳出屏幕,通过球赛变得而更加紧密。一系列围绕足球打出的组合拳,必将助聚力传媒在2017年将体育版图延伸到新的蓝海。

东风凯普特第二届中国卡友节油挑战赛复赛广东佛山落幕

历经三个月有余,东风凯普特第二届中国卡友节油挑战赛复赛在广东佛山落下帷幕。尽管北方已经跌破零度,11月的广东仍旧温暖宜人。佛山站是大区复赛最后一站。人逢喜事精神爽,就连天公也作美,比赛当日晴空万里,暖阳一片。作为第二届节油挑战赛复赛的最后一场,这场比赛显得格外引人注目,厂家代表、媒体代表以及卡车行业相关的客户都纷纷集聚于此共同见证并为选手们助威加油。

华南复赛,来自广东、广西、福建等8个分赛区共16名选手参加了角逐,争夺全国总决赛的最后三个席位。在这场以“百公里油耗5.378L”的漂亮成绩成功登顶华南赛区冠军宝座,坐拥主场的佛山选手梁加文取得百

公里5.756L的成绩荣获亚军,来自福建泉州的陈宜高以百公里5.872L的成绩紧随其后摘得季军,他们的出色表现为复赛画上了圆满句号。随着华南大区复赛的顺利落幕,晋级全国总决赛的21个名额已全部名花有主。

华南大区复赛全程往返四十公里,在赛程中,选手们不但要考虑上下坡、红绿灯等客观因素,而且还要在规定时间内返回。要在高手间杀出重围,节油一哥们纷纷拿出自己的全副本领,或匀速行驶,或精确预判,或规范操作。高手间较量,比赛也显得格外扣人心弦,直到最后一位选手成绩出炉前,冠军是谁都无法预料。为了给选手创造公平公正的比赛条件,主办方进行了充分的准备,不但规划了合理路线,组织选手提前熟悉路线,而且在操作方面也严格执行高标准,在比赛前多次检试比赛用车,使车辆保持在最好的运行状态,使选手能发挥出

自己的最高水准。对此,主办方

领导表示“每一位能闯进复赛的卡友都是‘节油英雄’,我们精心筹备,细致的考虑每个细节,力求让每位卡友充分发挥实力。”

“东风凯普特确实节油,驾乘也舒适,让我发挥出了自己的最高水准,真的很不错。”获得华南大区冠军的李杰志对自己成绩满意的同时更是对比赛中并肩作战的伙伴——东风凯普特赞不绝口。本届复赛比赛用车全部为东风凯普特车型,来自全国不同地域的节油一哥驾驶它不断创造节油新高度,油耗破“5”不再是神话。通过亲身体验,东风凯普特的节油性能及舒适的驾乘体验受到了节油高手们的一致追捧。

来自全国七大赛区的21位选手在东风凯普特第二届中国卡友节油挑战赛的7场复赛上,不断挑战极限,创造出节油新高度。全国总决赛即将起航,21位挺进决赛的选手即将为“节油一哥”的桂冠展开最后角逐。

十年体育征程 聚力传媒 2017 再起航

界顶级体育赛事的网络媒体。如今的聚力传媒手握英超、西甲两大王牌IP,积极开拓WWE等新兴热门赛事,早已成为体育领域的IP霸主。而购买IP就像买来一片草皮,如果不去管理和运营那么无论这块草皮多么绿意盎然最终都逃不过干枯的命运。聚力传媒要做的就是将手中的草皮铺展开,变成球场,还要立起球门、建造更衣室、排开观众座椅,成为构建业界体育格局的领航者,这也是聚力体育在2017年要说的那声