

以书为媒 机遇空间上海首店将开幕

打造都市年轻人的新“聚”场

8月15日，“书香中国”2018上海书展在上海展览中心拉开帷幕。作为汇集了书店、咖啡、餐饮、活动于一体的综合空间新物种，即将在上海开设第一家旗舰店的“机遇空间”参与了此次书展盛会。机遇空间上海经营管理公司董事长俞萌在接受采访时称，以书为媒，以剧场为载体，连接社群运营、聚合IP，创造内容，从而实现人与人之间的交互，凸显IP价值，打造高价值的场景传媒，这是机遇空间的使命，也是意义所在。

青年报 姜卓

俞萌介绍说，机遇空间是以“聚场”形式探索社交空间的商业模式，“机遇中心是一个集第三空间为一体的新物种，生活当中大家待得比较多的是住宿的空间，酒店、家庭，其实未来可能人们不单单是在住宿的空间，更多的大家都有工作会去第二空间办公室。第三空间其实是一个社交空间，现在作为现代都市来说还是缺乏这个产品。机遇中心看到人们未来在商业、商务交流生活当中的缺陷，我们专门为所有年轻人打造这么一个聚场，这也是未来生活、商务的一种新场所”。俞萌称，机遇空间就是要

通过线上网络平台和线下空间场景，聚合各个行业的IP和创造内容，达成人与人之间的连接，从内容生产、展示平台，为空间的IP化经营铺平道路，让所有的都市年轻群体在这里产生思想的碰撞，成为品牌的连接平台，明星的聚集地，各类精品活动发生地。

据了解，去年10月，机遇空间在北京798开设了首店。机遇空间方面称，这家带有实验性质的门店，在开业仅两个月后就实现了盈利。截至目前已经举办了100多位文化大家的新书签售会，并通过近千场的各类文化主题活动，在线上线



下聚合了数百万会员用户，传播覆盖数千万人。798机遇空间也成为京城网红空间，新晋的文化地标。而即将在今年10月推出的上海机遇空间旗舰店，将在北京门店的基础上创新升级，打造一个“潮空间+趣活动+新人类”的综合体。

作为上海机遇空间的跨界合作伙伴——香港梵高咖啡CEO李鎧麟向媒体表示，在消费升级的时代，产品除了功能升级还要有美学升级。“梵高咖啡在香港创立的初衷，就是希望以不同的感官，给大家体验、学习梵高。因为艺术应该让更多的人来欣赏和认识。此次和机

遇空间的合作，就是要从场地、环境、食品以及用品上有不同的元素表现力，这也是我们合作的目的。”

据悉，机遇空间将在未来3到5年内，在全国范围内开设2000家门店，范围涉及酒店、商场、街边咖啡屋等多空间选址。“书店不会消亡，而将以一种新的面目重新出现在世人眼前”，俞萌说，“你来到一个空间，这里有书、咖啡、电影、沙龙，都是你情感的需要、文化的认同，社交的连接，以及自我的表达，上海机遇空间就是要打造上海新的文化地标，并为上海文化事业发展助力加速。”

资讯

哈根达斯举办中秋盛典

8月15日，哈根达斯明月盛典活动在上海举办，最新推出的月饼冰淇淋系列让真情与浪漫溢满全场。哈根达斯品牌代言人迪丽热巴现身明月盛典活动现场，分享她与粉丝、家人及朋友之间的浓情蜜意，并鼓励所有人在这个中秋大胆对所爱的人说出那句“有你在真好”。

据了解，哈根达斯每逢中秋前都会如期举办明月盛典，并向所有一路支持的合作伙伴、消费者们表达谢意。2018哈根达斯品牌全球升级，邀请来自世界各地13名知名艺术家展开跨界合作，创作了50幅不同风格的艺术作品，并将这些艺术作品的图案运用到月饼冰淇淋产品的包装上，让消费者在享受甜蜜时刻的同时更收获一份艺术体验。

为拉近年轻一代对中秋节的认知，建立起能够和年轻人有共鸣的品牌价值，哈根达斯不断的在探寻年轻消费者的口味和情感诉求。哈根达斯所属通用磨坊中国区总裁 Cynthia Chen 分享到：“哈根达斯深耕中国十多年，中秋节从不缺席，我们希望通过品牌形象的全面升级，能够让更多中国年轻消费者通过中秋节送礼的习俗，传递内心的感恩和喜悦。哈根达斯希望通过不断的努力，为人和人之间架起爱的桥梁。”

青年报 王娟

达能举办“小世界杯”落幕

8月16日，2018年“达能少年世界杯”中国区总决赛举办。经过激烈精彩的角逐，来自广州分赛区的高塘石竞技队成功突围，一举夺得中国区桂冠。这些年仅11-12岁的中国足球少年将作为中国区总冠军代表飞往西班牙巴塞罗那，出征2019年“达能少年世界杯”全球总决赛。

据悉，本届“达能少年世界杯”中国地区共设有重庆、杭州和广州三大赛区，覆盖包括云贵川、江浙沪以及珠三角等近20个省市与地区，共有超过2500名小学生参与本届赛事。比赛最终产生了三支实力超强的分赛区冠军队伍，与外卡队伍共同会师全国总决赛。

达能中国表示：“作为一家以‘通过食品，为尽可能多的人带来健康’为使命的健康食品公司，达能始终倡导健康的饮食习惯与生活方式。‘达能少年世界杯’作为少年足球运动的先锋，让孩子们感受足球运动的魅力。希望通过‘达能少年世界杯’，为更多具有足球天赋的中国少年提供更广阔、专业的国际平台，在推动中国少年足球事业发展的同时，为健康中国夯实体育之基。”

青年报 王娟

小天鹅联手苏宁打造“极简洗护”

青年报 姜卓

随着国民消费水平的不断提高，中产阶级已经成长为中国最为庞大的一个消费主力，作为新贵群体，他们普遍出差、商务活动较多，不同场合需要不同类型的服装，在洗衣这件事上，不仅需要更加干净整洁，更需要保持不同面料的无污染、原色亮丽，同时还要求省时、专业的品质洗衣体验，但这些都需求，在对应的产品方面，市场上长期处于缺位状态。

8月17日，小天鹅旗下高端品牌比佛利，联合苏宁共同

推出“一”系列洗衣机新品。据悉，此次发布的“一”系列洗衣机力推专业洗、云程序双系统，双方欲开启洗衣机市场“高端极简洗护”时代。

无锡小天鹅股份有限公司研发总监徐彭城介绍说，比佛利研发推出的“一”系列洗衣机，采用了专业洗和云程序双系统，从洗衣方式、洗衣资讯两个方面双管齐下。其中，“一”系列洗衣机最核心的功能之一就是“专业洗”：智能洗涤系统，记忆了比佛利研发团队对于不同面料洗涤的最佳方式，分类详细，有28种专业洗护程序，完全由衣服本身

的特性来决定洗涤的方法，以“洗涤因衣而定”取代传统“千衣一面”的洗衣方式。

而云程序与洗衣机的合体，将洗衣机本身孤立的产品特性，通过云平台接入了网络，搭建了属于洗衣机的学习空间，通过自动更新的洗涤程序、生活资讯、洗衣知识等等，将带给用户更加贴心的体验。

无锡小天鹅股份有限公司国内市场总监李冬称，此次发布的“一”系列，是家电产品高度智能化后的结晶，“小天鹅希望为中国高端家电的未来之路树立新的风向标，推高高端洗

衣机行业的门槛。”

此外，比佛利在发布“一”系列洗衣机产品的同时，还与苏宁易购达成了战略合作协议。苏宁易购集团冰洗公司总裁徐仲表示，在消费升级的大背景下，家电市场从“功能型消费”向“享受型消费”进行转变。比佛利一直致力于高端产品的技术创新和产品迭代，不断提升用户体验，这与苏宁易购的理念不谋而合。苏宁与比佛利共同协作打开高端家电市场，将会更加精准地覆盖尊贵消费人群，从而推动洗衣机产业高端化转型和体验升级。

三星 Galaxy Note9 正式在中国发布

青年报 姜卓

8月15日，三星电子在上海发布 Galaxy Note9。作为三星 Galaxy Note 系列的最新产品，Galaxy Note9 传承了该系列的科技创新与高品质。

据悉，标志性的 S Pen 再次增强，支持蓝牙功能的遥控型 S Pen 让用户与手机间的交互更多元化；新一代智能相机在一流的拍照性能基础上，融入了智能科技让照片更具质感；全新升级的 Bixby——The New Bixby 与 IoT 技术的应用，为用户带来了智能互联的生活方式。除了 Galaxy Note9 之外，三星此次还发布了 Galaxy 家族

另外两款智能产品 Galaxy Tab S4 以及 Galaxy Watch。

“中国是三星最重要的战略市场之一，我们始终遵循着‘以消费者需求为核心’的理念，倾听消费者心声，不断给消费者带来‘有意义的创新’产品。”三星电子移动通信部门总裁高东真表示，“人工智能、物联网、增强现实这些在几年前都还难以想象的科技，如今已成为当下的热门趋势。在科技高速发展的今天，三星不忘初心，通过持续不断地探索，将前沿科技赋能于消费者生活的方方面面。同时，伴随着5G时代的到来，三星还将为消费者提供真正个性化、智能化的用户体验。”

据介绍，三星 Galaxy Note9

采用6.4英寸 Super AMOLED 全视曲面屏、4000mAh 大容量电池、128GB 与 512GB 两种存储空间、10nm 处理器等硬件配置使 Note9 的易用性大大增强。

新一代智能相机加入了智能场景识别技术，可通过 AI 技术识别出 20 种不同的场景和主题元素，从而为优化图像；瑕疵侦测功能，第一时间通知用户及时补拍。搭载碳纤维液冷散热系统，搭配自主研发的游戏 AI 引擎，可以有效优化游戏体验。

三星在现场同时发布了智能家居计划，其基于 IoT 科技，通过三星智家应用，将 IoT 设备便捷互联，让用户统一管理或操作。而除了接口，三星自有



的包括电视、空调等 60 多种设备之外，三星智家也将广泛地接入三星智家联合定制、三星智家生态伙伴等各行业合作伙伴的 IoT 产品。