消费维权投诉热线 电话：8881019 QQ：1765746498

『时刻』准备着 当时间遇到时尚

一个规律的睡眠对我们的健康是非常有益的，然而很多人都有赖床的习惯，清早很难起来，这自然就少不了闹钟，但是闹钟常常会影响到家人或者室友，如果能有一款只能提醒自己起床而不会打扰到别人的闹钟就好了。创意酷介绍的这款双重响铃的闹钟就可以实现，使用它将不会打扰到你的室友。闹钟由两个部分组成，一个是机座，一个是夹子形状的震动装置，夹子部分可以夹在自己的枕头上面，早上可以震动的方式来提醒自己起床，如果夹子还没震醒你，那机座基本也会随之响起，双重响铃，看你醒不醒。

手表见多了吧，市面上的手表都是按照传统的理念制造的，没有多大新意，你见过可以放大、夜晚可见的手表吗，Gennady Martynov和 Emre Cetinkoprulu设计的Zoomin手表，在吸取传统手表精华的基础上，加入现代个性化设计理念，圆形外观不变，把内饰进行脱胎处理，里面有两个表盘，分别执行时针和分针的功能，传统指针被迷你型放大镜取代，时针按照手表中心旋转，不同以往的是，分针依靠外面大圆旋转，每一分钟都在表上显示，放大的数字可以让你看得更清楚、更直观，荧光的添加，免除你夜晚查看时间的苦恼，让你在黑夜利于找到手表和方便查看时间，减小延误重要事情的可能。

实施差异化战略 从价格战到价值战

泰山原浆啤酒重品质让利消费者

啤酒业得山东者得天下，说明了山东啤酒市场的地位非同一般。几大巨头基本上主导了中国啤酒市场，但价格战却一直没有消失。啤酒巨头们不断在终端投入高额费用，通过买店、专营的方式排挤竞争对手，希望通过这种方式“一劳永逸”地解决竞争的问题。但实际上，问题没有得到解决。当大众把目光聚焦于几大巨头之间的博弈时，泰山啤酒在啤酒界竞争中选择了走一条差异化之路，从价格战到价值战，这种以小博大的生存智慧值得业界人士聆听和思考，也受到了消费者的好评。

在激烈的啤酒市场垄断竞争中，啤酒巨头的传统思维没有改变。一些啤酒巨头通过垄断优势，一面以低价产品挡住对手，一面又以控制终端排挤对手，这种落后的营销模式在中国很多地方尤其山东市场屡见不鲜。这种模式带来的后果是行业利润率低、消费者没有得到真正的实惠。在几大巨头面前，消费者的话语权是很微薄的，当以这种方式实现品牌垄断销售后，必将提高酒店终端的利益，最终受害的是消费者。

做为山东自主品牌的泰山啤酒，实行蓝海战略，通过价值创新来获取竞争优势。以产品、服务的差异化作为切入点，推广泰山原浆啤酒和黑麦啤酒等特色产品，规避与其它品牌拼投入、抢终端的红海竞争，逐步建立竞争优势。泰山原浆啤酒正是以其新鲜、营养的特色形成了独特的差异点，同时，通过不断技术改进和体系优化，降低运营成本，原浆啤酒以大众价格投放市场，新推出620ml容量原浆啤酒，真正给消费者提供物超所值的消费保障。