

## 玩体验：梦龙Pleasure Store

快闪店的体验式爆发

如果你不是在北上一线城市体验过梦龙的Pleasure Store，梦龙这个名字也仅限于年少时那个买不起的雪糕名称。梦龙把一家只在一个城市待一两个月的快闪店，做成了整个城市精英人群体验时尚的根据地。

简单地讲每家梦龙Pleasure Store都会选取这个城市最热门的商业地标地合作，然后借助明星的前期造势吸引注意力。而在店内，通过梦龙冰激凌的创意展览、冰激凌DIY的好奇体验引发朋友圈传播，从而吸引准确客群来体验梦龙的文化。

梦龙Pleasure Store的核心体验是用冰激凌的DIY，通过三种口味的巧克力外浇和24中令人眼花缭乱的丰富配料可以搭配出无数种风格冰激凌，爱加上令人向往的鲜肉&女神店员和时不时明星的加入，让冰激凌一个快闪店成为时尚派对的主题，借此与商场活动相结合，引发持续关注 and 用户体验。据说每天超过2500人次的到店外带，堂食里更是长龙不断，几乎要两个小时才有座位。



## 玩梦想：700Bike

上市公司老总的匠心

一个纳斯达克上市公司的创始人，却去当工匠做自行车，这就是张向东和他的700Bike。号称“不想白白爱过自行车”的张向东组建了一支从业资历超过130年的团队，用时10个月来打造出一系列四款城市自行车，四款产品分别对标不同人群。“后街”系列是为热衷运动与休闲的都市人群量身打造的轻运动街车，“美术馆”、“百花”则是为享受城市优雅漫骑的男性和女性而设计的高端系列；“银河”则是一款折叠便携车。新车一出，各种言论漫天飞舞而张向东给700Bike的定义是，这个市场上的新一代“城市自行车”，“别的什么都不说，首先它应该是好骑的、好看的，而这意味着我们要做出绝对高品质的自行车。而且，我们的产品体系设计考虑到了未来3-5年的市场需求，这才有了700Bike。”

自行车已经有100多年的历史了，一个互联网大咖来做自行车，除了运用互联网思维营销和优化渠道，也把智能硬件融入其中，OLED屏幕整合到车把里面随时显示即时速度、累计里程和时间。顶部左右分别是GSM信号强度和电量。而在后期码表的功能还会逐渐开放，诸如GPS定位，连接APP等会使得700Bike更为人性化。



C14

齐鲁晚报

都市消费·创意营销

2016.7.29 星期五

## 自然堂携手中国跳水队点亮水立方，点亮中国夺冠路

——自然堂汇聚亿万女性自信力量助力中国跳水队征战里约

7月25日晚，国民美妆领军品牌自然堂CHANDO汇聚亿万女性的自信力量，用笑容将象征着奥运的国家体育中心水立方点亮，也照亮了中国奥运夺冠路。



(自然堂点亮水立方)

“谁说女人不能站太高，要低调，要温柔？”自然堂携手中国跳水队，一起发声：女人，要自然自信，做十分的自己！现场，《欢乐颂》小包总杨烁作为自然堂助威特使，将携带汇聚亿万女性自信力量的“自然堂能量瓶”飞赴里约，亲临奥运村，将亿万女性的自信力量送到中国跳水队队员手中，为征战里约的中国梦之队加油助威，为中国女性传递自信力量，做十分的自己。

自然堂点亮水立方点亮中国夺冠路 继上一届伦敦奥运会后，自然堂再度携手中国跳水队，历时一个多月，汇聚到全国亿万女性的自信力量，凝聚成“自然堂能量瓶”点亮水立方。亿万张自信笑容投射在水立方的蓝色外墙上，一个个晶莹的蓝色水泡被这些自信笑容填满，照亮了北京的夜空，也点亮了中国跳水队的夺冠之路。

伽蓝集团董事长、自然堂品牌创始人郑春影先生，亲手将汇聚了亿万女性自信力量的“自然堂能量瓶”交给杨烁。他将飞赴里约，并将现身比赛现场为她们呐喊助威。

自然堂一直倡导“自然自信，做十分的自己”的品牌理念，这与中国“梦之队”不断挑战最高难度系数动作、勇夺动作“十分”的体育精神高度契合，在世界舞台上共同演绎中国女性自信“十分”之美。

“他们”接力发声汇聚亿万女性“自信力量”

发布会期间，先由吴敏霞、何姿、陈若琳为主角的自然堂奥运版宣传片，表达了自己的自信态度。微博女王姚晨、天

才作家蒋方舟、实力辩手马薇薇也以接力传递的形式，通过大屏幕喊出自己内心的声音。分别讲述了她们如何把自信态度照进真实人生，激发中国亿万女性的自信力量，共同助力中国国家跳水队征战里约奥运会。

自然堂藉此鼓励中国女性自信面对人生大赛场，做“十分”的自己。这是一种美丽的力量，能让女性绽放自信。

“小包总”杨烁欣赏自信女性尽显男神本色

发布会上，作为“自然堂助威特使”的“小包总”杨烁坦言，自己非常欣赏独立自信、散发自然魅力的女性，无论是像《欢乐颂》里“安迪”那样的霸道女高管，还是像吴敏霞、何姿、陈若琳这样的奥运冠军。对于此次担任“自然堂助威特使”，亲赴里约能为奥运冠军们加油助威感到很兴奋，爱运动的他期待着有机会能跟吴敏霞学跳水。



(自然堂点亮水立方活动，郑董将汇聚亿万女性自信力量的自然堂能量瓶给予小包总杨烁)

冠军品质自然堂15周年纪念版礼盒 激响上市

此次发布会中，以自然堂冰肌水为表现载体的“自然堂能量瓶”汇聚了中国亿万女性的自信力量，鼓励中国女性做十分自己，之后它将被送往里约，为中国跳水队队员送去祝福与支持。全球共庆2016里约奥运会之际，自然堂则迎来了创立15周年。自然堂携手中国跳水梦之队，打造15周年奥运纪念版冰肌水，共同成就冠军品质。

自然堂冰肌水自上市以来一直深受业界和消费者的认可与喜爱，奠定了其在众多化妆水中的王者地位。此次为打造奥运纪念版冰肌水，自然堂特别邀请来自希腊、蜚誉全球的视觉设计师 Charis Tsevis和法国知名设计公司，以中国跳水队为灵感缪斯，将运动与艺术之美融于产品。

## 资生堂专业美发体验会济南Great Time隆重上演

近日，“头皮百年·不老传奇”头皮能量科技奢享体验会在济南Great Time隆重上演，各大知名媒体、沙龙VIP客户出席了本次活动，共同见证资生堂百年头皮护理历史的蜕变与新生。体验会上资生堂专业美发华北区教育担当许俊及Great Time总经理马海明分别致辞，随后资生堂专业美发华北大区销售经理张琦就资生堂头皮护理百年历史进行了介绍。来自济南Great

Time的头皮护理专家张鹏现场讲解了头皮养护的重要性，分享了头皮养护的小知识，并一起进行了“一分钟头皮操”。为使到场嘉宾更直观地感受到头皮护理带来的治愈感受，资生堂专业美发新晋培训的头皮护理专家们为大家进行了头皮检测与护理项目体验。据悉，资生堂专业美发将于全国培养100名这样的头皮护理专家，为广大消费者提供专业咨询和服务。

## 立白发布“绿色健康产品群” 引领洗涤新时代

7月26日，民族日化巨头立白集团在北京水立方正式发布“绿色健康”战略。在本次亮相的“绿色健康产品群”的产品中，含专利或原料认证多达17项，其中“立白不烫手粉”更是一举打破了洗衣粉“烫手”的传统，颠覆性地改变了粉类制剂的使用体验。

谈到立白“绿色健康战略”的初衷与目标，立白集团董事长、总

裁陈凯旋先生在会上表示：“立白集团作为中国洗涤行业龙头企业，要做中国洗涤行业绿色革命的开创者、引领者和践行者。我们以生产绿色健康产品为己任，以‘立白绿色生活研究院’技术研发为创新驱动，带动上下游全产业链，实现‘绿色原料’、‘绿色配方’、‘绿色技术’、‘绿色制造’、‘绿色产品’，从而引领洗涤行业的‘绿色革命’。”

## 鎏金名泉

7月26日，K88名泉广场2016招商答谢会在万达凯悦酒店圆满举行，300余位国内外知名品牌代表，40余家主流媒体代表及南益地产相关领导，共同出席了这场万众瞩目的招商答谢会。据悉，截至目前，名泉广场签约率超90%，银座超市、沃美影城、奥本健身、屈臣氏、汉堡王、拉夏贝尔、百丽、滔搏运动等上百家品牌入驻K88名泉广场，提升商业影响力，标志着天

## 溢彩天桥

桥区城市商业新地标即将形成，必将为济南人民带来全新的一站式购物、休闲、娱乐、生活新体验。



## CAN伙伴招商会齐鲁启幕 看尚大屏娱乐家走进山东千万家

盛夏的济南，七月流火。以“CAN有型·心无界”为主题的CAN伙伴招商会于7月25日在济南万达凯悦酒店举行，来自各地的近300家经销商此次齐聚一堂，共同见证看尚“大屏娱乐家生态”战略在齐鲁大地的落地。环球智达总裁、看尚品牌创始人付强称，看尚作为CIBN自有终端品牌，主打的是超能体验，通过优质的画质与音效、丰富的内容与应用，让产品科技化、智能

化，打造更好的智能电视。目前，看尚正在通过内容、平台、渠道、终端用户打造超能生态全产业链布局，已经拥有看尚超能电视、超能声霸和超能云盒等终端设备，同时看尚智能家居也在2016天翼智能终端交易博览会上亮相。

