

东航推空铁联运 民航高铁化敌为友

首期联动苏州、无锡、常州和宁波4城市,未来将打通沪浙皖苏4省市全境

新京报讯 (记者李娟玲)东航的乘客在4月底即可购买包含了一段高铁线路的“虚拟航班”联合销售产品。昨天下午,东航集团与上海铁路局在上海签署战略合作协议,共同推出“空铁通”联运产品。旅客在购买东航机票的同时,可以一并选择铁路苏州站、无锡站、常州站、宁波站与上海虹桥站之间的列车,一次购票支付,订好火车票和飞机票。

高铁和民航实现双向联运

据介绍,此次推出的“空铁通”虚拟航班最大的亮点是实现了东航上海虹桥和浦东两大机场东航航班与高铁的双向衔接联运服务。也就是说,无论是高铁乘客还是航空乘客都可购买该产品。

“组合票价将低于分别购买的火车票和飞机票的总价。”东航客运营销委员会市场开发部高级经理张弛说。东航第一阶段将在苏州、无锡、常州和宁波四个城市与上海两大机场推出该产品,第二阶段

将在上海铁路局辖区内的安徽、江苏、浙江、上海4省市内推出。

“该产品主要是基于上海虹桥枢纽得天独厚的条件推出的。”东航相关负责人表示,上海虹桥机场是中国第一个高速铁路车站与机场设置在一起,步行10分钟即可实现转乘,为空铁联运提供了可能,同时乘客也有强烈的需求。

航空公司纷纷推出“联运”

今年以来,京沪高铁逼停了多个沿线的短途航线。

为了应对高铁挑战,航空公司和机场已经开始转变战略,力争与高铁“化敌为友”。目前,国航、南航、春秋、奥凯等多家航空公司已推出了“地空联运”服务。

“铁路方面也很有热情,双方合作都为对方带来明显的客流增长。”东航相关负责人表示,去年东航在长三角地区试验推出“空铁联运”,把高铁和飞机航线进行搭配,对外组合式销售,试验结果表明客流增长非常明显。



昨日,在签约现场,东航乘务员与铁路乘务员牵手,喻示双方的合作。

■ 消费提示

购买“空铁通”可享受哪些优惠?
张弛表示,组合票价要低于分别购买的火车票和飞机票的总价,具体低多少要看不同航线和销售季节而定。上海铁路局和东航将分别在虹桥火车站

和虹桥机场互设服务柜台,增设空铁中转引导标识,购买“空铁通”产品的乘客还可以在机场优先值机,实现快速便捷中转。

如何取票和值机?托运行李怎么办?
旅行时,只要凭有效

身份证件,就可以在指定合作火车站的“空铁联运”服务窗口领取已经订好的火车票。目前旅客还必须到机场值机和托运行李。

如果航班或火车晚点了需要更改行程怎么办?
该虚拟航班无论是预

订还是退改签政策都与普通航班机票一样,按照东航的政策执行。如延误时乘客未领取火车票,同航空公司航班延误处理政策相同,如乘客已领车票后火车延误或者乘客自愿更改行程,按铁道部政策执行。

责编 韩笑 图编 李冬 美编 叶绿 责校 李新荣

智能时代 体验为王 海信以体验大会形式发布简单易用智能新电视

4月12日,海信电器(600060)2012年春季新品发布活动在时尚艺术前沿阵地北京798以“体验大会”的形式举行。体验大会上,海信推出“Live Smart”传播口号,强调以不断创新的智能电视产品,让顾客畅享更加人性化的全新智能生活。

据悉,2011年海信把“智能化”确定为集团发展战略,明确表示海信智能化战略的核心就是追求顾客体验。

“智能就是简单,大家都想用、都会用的智能产品才是好产品,简单易用的智能产品才能产生价值,有价值才能有生命力”,发布会上,海信电器总经理刘洪新阐述了海信对于智能产品的评价标准,并表示,海信今后所有的智能电视都要突出简单易用的产品理念,都要以顾客体验为核心。

此次海信同时发布了XT770、K580、K560三大系列智能电视新产品,这些新产品实现了更加丰富的内容选择,更加简便的操控体验,并且为顾客创造了跨空间的交流共享平台。海信在推出“大智能电视”的同时,还发布了M1101AT、M1101AS和M170AT、M170AS四款“小电视”——I' TV新产品,将“多屏互动、无线精彩”推向高潮。

海信全球首创的“电视汇”功能,打破频道间的界限,引领“电视新看法”。海信智能新电视把电视节目按栏目、时段、用户地域等维度进行分门别类,以导航界面呈现,让顾客对正在播放的节目一目了然,无需频繁换台即可方便观看,大大改善了顾客收看电视节目的体验。

“围观”是海信独有的系统

级电视社交应用,通过此系统,顾客可以自己组成“圈子”,自由分享自己喜欢的视频、音乐、图片、网页,电视应用等等,这种打破时空界限的交流共享,让海信智能电视成为一台真正意义上的Social TV。

通过智能云存储业务,海信智能电视的顾客可以免费获得超大容量的存储空间,顾客的照片、视频、音乐等各种个人媒体内容,都可以通过海信云平台在I' TV、手机等各类终端设备间进行存储、同步与交互分享。

此次发布的海信智能新电视还应用了语义识别等智能交互方式,通过简单的自然语言,就可以帮助顾客完成音量调节、换台操作、内容搜索匹配以及模式识别等服务。

顾客正成为驱动各个行业发展的原动力,为了将顾客体验做到极

致,海信还首次邀请了被海信命名为“Smart信封团”的忠诚顾客群全程参与此次活动。“Smart信封团”是海信专门为顾客打造的体验平台,倡导与品牌粉丝无缝隙接触,成为“Smart信封”将可以第一时间体验到海信电视的新技术、新产品,海信也将获取顾客对海信电视的第一手使用感受,便于及时改进产品和服务。

据中怡康统计,2012年1-2月份,海信智能电视以高达18.81%的市场销售额占有率继续保持排名名列前茅。刘洪新表示:

“智能时代,决胜市场的关键首先在于‘顾客体验’如何,海信的产品企划、设计、开发和市场推广就是要与顾客的心理期望相吻合,不断提高顾客满意度和忠诚度,唯有如此,口碑推荐与重复购买才会成为可能。”

广告