



## 英特尔与 HSN、卡夫食品和 Macy's 共同变革购物体验

### 英特尔零售解决方案提供令人难忘和个性化的购物体验

全美零售联合会大会，纽约，**2012 年 1 月 17 日** ——英特尔公司正在与零售商进行合作，以创新的方式推动技术应用。英特尔公司宣布，与 HSN\*、卡夫食品\*和 Macy's\* 合作试点一系列全新零售解决方案，为购物者带来相关性更高、更加有趣的体验。

借助英特尔的技术，零售商可以将在线购物具有的丰富信息体验，与实体店购物的优势相结合。这些解决方案采用了英特尔® 酷睿™ 处理器，使零售商能够为购物者带来极具视觉震撼力的购物体验，提供定制化的内容并且帮助购物者在充分了解相关信息的情况下进行购物。对于零售商来说，这些解决方案易于管理、经济高效并有助于提高消费者满意度、增加商品销量并减少退货情况。

英特尔公司个人解决方案部门总经理 Michelle Tinsley 表示：“当前消费者的移动性越来越高，上网越来越多且面临海量信息。因此，零售商正在寻找新的方式来提供更加个性化的品牌互动，从而更加高效地影响目标受众。英特尔正在与众多行业领导厂商合作，利用高科技零售解决方案推动购物的革命。这些解决方案将变革品牌与购物者进行互动的方式。”

为了利用电视和互联网之外的媒介加强与购物者的互动，英特尔与 HSN 合作开发了大规模互动式触摸墙。借助这一解决方案，HSN 将有机会与世界知名的厨师 Wolfgang Puck 一起开设虚拟厨师课程，在 2012 年面向消费者提供各种类型的食品与酒类活动。该项计划将 HSN 近期在移动、游戏和社交等数字技术领域取得的进步进行了整合，将提供更加有趣的购物体验并且可以通过虚拟的方式随处提供。

随着数字标牌迅速成为一种全新的营销方式，如何为广告商提供可度量的效果并且为消费者提供相关性更高的内容，已经成为整个行业的当务之急。通过将 Intel Audience Impression Metric (英特尔® AIM 套件) 融入解决方案当中，零售商能够更加快速地提供各具特色的内容以满足广大消费者群体的需求，同时提供更加个性化的购物体验。此外，英特尔 AIM 套件还可以匿名收集宝贵的消费者信息，让零售商更加精确地评估活动是否成功。

利用英特尔 AIM 套件，卡夫食品和英特尔开发了 DIJI-TASTE 样品体验，这个互动解决方案可以根据受众的信息向特定人群提供产品样本。首次部署的 DIJI-TASTE 样品体验可以匿名检测用户的年龄范围，向附近的成年人提供免费的“果冻诱惑”(TEMPTATIONS by JELL-O) 甜点。目前，果冻 DIJI-TASTE 体验已经在芝加哥水族馆和纽约南街海港进行了部署。

Macy's 也正在旗下的四家商店测试 Beauty Spot，旨在帮助购物者寻找并选择化妆品和香水。通过这些途径，购物者能够获得美容产品的详细信息，并下载化

妆品趋势、新产品和季节性促销活动等有用的信息到手机当中。

这些试点解决方案，源于英特尔在全年与领先的品牌的密切合作推出的创新解决方案。英特尔还与阿迪达斯\*、the LEGO Group\* 和 Petrobras\* 进行了合作，为全球消费者带来了极具吸引力的体验。

英特尔参加了 2012 年 1 月 15 至 18 日在美国纽约举办的全美零售联合会（NRF）年度展会，并展示了上述解决方案。

## 关于英特尔

---

英特尔（纳斯达克：INTC）是计算创新领域的全球领先厂商。英特尔设计和构建关键技术，为全球的计算设备奠定基础。了解有关英特尔的更多信息，请访问：[www.intel.com/cn](http://www.intel.com/cn) 新闻发布室及 <http://blogs.intel.com/china>。

英特尔、英特尔酷睿、凌动、超极本、英特尔标识是英特尔公司在美国和其它国家（地区）的商标。

\* 文中涉及的其它名称及商标属于各自所有者资产。