

时尚清谈

百货业且战且退往何方？

文/林清清

三月底广州商界的大事,要数K11的开业了。预热了两年的K11,千呼万唤始出来,令人期待。然而另一边厢,一家广州百货业巨头,同样在珠江新城CBD区域,却黯然退场。2月14日,情人节兼年廿九,大除夕之前,广州珠江新城的太阳新天地一楼商场位置贴出告示,由于租赁合同期满,广百太阳新天地店于2018年2月22日暂停营业。

而在一年前的差不多同一时间,作为广百首个时尚百货品牌“风尚广百”的高德置地店,也张贴过类似的公告:“受市场环境下行影响,经营状况不如预期”,于2017年2月17日正式全面撤场高德置地春广场。当时广百在公告中还表示,将集中资源培育同在珠江新城区域的广百太阳新天地店。所不同的是,当时是与业主方“小高德”提前解约,还获得了小高德3586.57万元的补偿金额。

其实广百太阳新天地店将撤场的消息从去年年底便已传开,但春节档成为撤场档,仍难令人唏嘘。此店撤场的直接原因,被认为与业主变化有关:广百太阳新天地店第二大股东——百嘉信,将太阳新天地股份转手,但在商言商,对于占地面积庞大,却未能带来预期效益的百货公司,让位于其他新型业态,也似乎顺理成章。而作为广州百货业巨头之一的广百,回顾近年来的动态,更令人不免联想到百货业态的前途何在。广百股份曾主张积极扩张国内其他城市,然而经历几年挣扎,2013年2月和6月,同样由于“经营

状况不如预期”,相继关闭成都店、武汉店。将布局战线收缩至广东省内后,2014年至今,仅在开平、茂名、清远等二三线城市新增了三家门店。同样在珠江新城区域,同样遭受电商冲击以及奢侈品时尚行业的行情波动,零售业却并非都表现悲观。广州太古汇2017年以连续20个季度录得增长的业绩,成为国内高端奢侈品商场增长最稳定的商场。太古汇内并无设置百货业态。

同在广州CBD区域新开张的几家高端shopping mall,如天环广场、天汇广场以及即将开业的K11,各有特色,更加注重体验和特色商业的业态。例如如今人气渐旺的天汇广场,作为高端的社区型实体商厦,将“主题消费”、“体验式消费”再细分,例如为儿童业态开辟出近1000平方米的儿童梦想乐园以及超级玩具零售中心,以“一个孩子带动一个家庭消费”,走精品购物中心路线,而非传统的百货形式。

是珠江新城容不下百货业态吗?同样是线下实体店零售全方位营销,为何体验消费业态就能大步拉开与百货业的差距?也许是百货业需要思考的问题。消费升级后,“大而全”也许不如“小而美”更适合人们的生活需求。

2018年,广州还将有多家综合商厦陆续开出。珠江新城的K11购物艺术中心、新塘万达广场、萝岗奥园广场、白云区的花城金沙汇等,从布局来看都是主打社区店体验业态。看来百货业再不积极寻求突破,生存竞争只会更加激烈。



文/图 羊城晚报记者 黄启兵

冰箱放到梳妆台上,有没有搞错?没错,冰箱与梳妆台看似“风马牛不相及”,但别忘了,有些化妆品和护肤品更需要冷藏呵护。比如,防水或持久型睫毛膏或眼线笔,含有“易挥发活性物质”,冰箱有助防水类产品保存更长的时间;香水在低温下能够保存得更久。

此外,含有不稳定成分、高温下容易变质的护肤品比如保湿霜、指甲油以及芦荟胶等,也有冷藏的必要;有的品类一旦经过冷藏之后,就必须永远“住”在冰箱里,否则回到室温就容易变质。由此可见,冰箱还是很多化妆品和护肤品的好伴侣呢——当然,也要具体地看哪些化妆品可以存放,哪些不能。一般而言,低温下会凝固的化妆品比如面部精油、粉底液等等,或者含有蜡质成分的比如发蜡、蜜蜡等不适合放入。

如果在家庭冰箱中放入化妆品和护肤品,会感觉“怪怪的”。毕竟,家庭冰箱主要用于存放食物,混杂放在一起不利于管理,有可能会产生异味,或者存取时不够方便。

专为女性用户打造的化妆品冰箱应运而生。不久前,康佳展示了化妆品冰箱,其作用不仅能通过电脑控温为化妆品提供最佳的储存温度,让化妆品的性状保持稳定;同时还在冰箱的外部设置了魔镜面板,带有人工智能AI技术的面板,既能起到化妆镜的作用,还是一块显示屏,提供有效管理用户皮肤的各种健康参数,以及丰富的美容、彩妆教程。化妆品冰箱放置在家中的梳妆台上,使用起来更为便捷。

作为高端购物商场,休闲业态带来的舒适体验,重要性不亚于引进奢侈品牌。3月16日,LVMH集团旗下意式二百年高端餐饮品牌COVA入驻广州丽柏广场,成为国内为数不多的“意式全餐旗舰店”,无疑是商场开拓高端综合业态的新尝试。

承继意式甜品店的传统,将源自1817年意大利

(林清清)

igo 资讯

LVMH旗下意式餐饮品牌入驻丽柏

文/图 羊城晚报记者 黄启兵

春天天气转暖,螨虫开始活跃起来。医学常识显示,螨虫的最佳生存温度是20℃-30℃,湿度则在60%-80%之间,春季温暖潮湿的气候,正是螨虫大肆生长和繁殖的时期。尤其是分布最广泛、影响最大的尘螨,寄居在枕头、被单、床褥乃至衣服上,成为春季里非常令人头疼的过敏原,可以使人患上哮喘病、支气管炎、过敏性鼻炎和过敏性皮炎,等等。

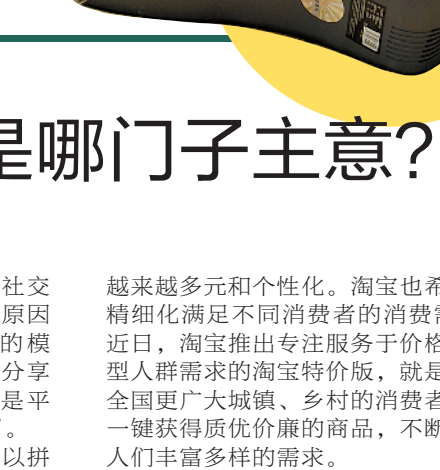
春季除螨刻不容缓。很多人想尽一切办法,试图减少尘螨的干扰。但是螨虫实在是太顽固了,春季“抗螨”真的是要全副武装到牙齿,全面推进,方能收到比较好的效果。

还有一种方法就是喷雾除螨。来自于日本的UYEKI是比较经常用的除螨虫喷剂,是一种可用于棉被防螨处理的制剂,对着被褥以及沙发、玩具或者毛绒用品等喷一喷,晾晒至干燥,就能起到一定的除螨效果。喷完第二天还有淡淡的香味。

不过,需要注意的是,婴儿、孕妇要非常谨慎使用喷雾,尤其是要确定喷雾中所含的成分是否含有不利于健康的成分。

上已经有专门提供床垫清洗的服务,提供专业的床垫清洗设备,普通家庭可以把床垫搬到太阳下暴晒拍打。

总而言之,春季除螨不止是“神器”的作用,更需要培养健康、勤快的生活习惯。针对螨虫特别喜欢潮湿温暖的环境,除螨更要保持家庭室内空气通风,及时清洁家居场所。



越来越多多元和个性化。淘宝也希望能精细化满足不同消费者的消费需求,近日,淘宝推出专注服务于价格敏感型人群需求的淘宝特价版,就是要让全国更大城镇、乡村的消费者都能一键获得质优价廉的商品,不断满足人们丰富多样的需求。

对于“淘宝特价版”推出的初衷,曹磊予以肯定,曹磊表示,阿里推出“淘宝特价版”APP的目的之一确实是为了满足细分群体的需要。因为消费是分等级、分层次的,有些人要升级,有些人要维持不变,有些人追求品牌品质,有些追求高性价比。而且低价爆款是淘宝屡试不爽的一个非常成熟的玩法。那么,爆款可以让一款商品做到几十万几百万甚至更多,很大带动整个店铺的销售。而推荐红包主要还是刺激用户去通过各种社交平台去分享从而吸引其他用户。

阿里巴巴方面表示,尽管消费升级是主流趋势,但是消费市场正在变得越来越细分,消费者的需求正变得

越来越多元和个性化。淘宝也希望能精细化满足不同消费者的消费需求,近日,淘宝推出专注服务于价格敏感型人群需求的淘宝特价版,就是要让全国更大城镇、乡村的消费者都能一键获得质优价廉的商品,不断满足人们丰富多样的需求。

对于“淘宝特价版”推出的初衷,曹磊予以肯定,曹磊表示,阿里推出“淘宝特价版”APP的目的之一确实是为了满足细分群体的需要。因为消费是分等级、分层次的,有些人要升级,有些人要维持不变,有些人追求品牌品质,有些追求高性价比。而且低价爆款是淘宝屡试不爽的一个非常成熟的玩法。那么,爆款可以让一款商品做到几十万几百万甚至更多,很大带动整个店铺的销售。而推荐红包主要还是刺激用户去通过各种社交平台去分享从而吸引其他用户。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

图/视觉中国

爱购周刊·快购

羊城晚报

春季“抗螨”全副武装

——各种“除螨大法”大比拼



PART 1 家电“抗螨”:光照、吸尘一起上

一说到除螨,很多人脑海里的第一直觉就是现在流行的“除螨机”。从目前市场上流行的除螨机看,除螨不外乎两种方式:一种是光照,利用UV灯照射而除螨,这跟将被褥放到太阳光下暴晒是一个道理,利用光照直接杀死螨虫;另一种方式是拍打,同样模拟人们晒被子时不断拍打的方式,将尘螨拍打出去。

这两年除螨机盛行,对于最终的除螨效果依然有很多的争议。首先是光照的效果,直接光照的确有一定除螨效果,但需要光照时间比较长,30瓦的大功率紫外线灯需要照射一个半小时以上效果才比较好,另外螨虫不太可能坐以待毙,光照强

烈的地方它会移走到其他阴凉的区域,这就使得光照会存在“盲区”,没法全面“普照”;其次是拍打的震动效果,究竟要达到什么程度才能把尘螨给“震出来”,有的除螨机号称可以每分钟一万次拍打,但目前并没有特别准确的行业标准。

此外,尘螨非常顽固的地方是,即便尘螨被杀死,它的尸体也是过敏原。因而需要集尘盒收集尘螨废物,避免“二次污染”。在这一点上,大吸力的吸尘器此时就显示出力量了。大吸力可用于除螨的吸尘器,每分钟最高转速可达11万,配合螺旋气流吸风,可以迅速加大离心力,吸附各种残渣、粉屑,将尘螨收

集起来。吸尘器的配件有时也是除螨的好帮手,比如尼龙材质的硬毛刷,强硬清扫力度可以加大清除效果,而带有宽嘴型的床褥吸头,能够深入到床垫中不太好吸的部位。吸尘器当中的HEPA过滤网,吸附效果明显,可以清除各类小至0.3微米的颗粒。

主要依靠本身就具有防螨功效的材质,像乳胶、黄麻纤维等等;还有的像亚麻材质,带有淡淡的香味,这种香味能对于细菌等微生物有一定的抑制作用,因而亚麻席相对也是比较好的抗螨材质;未来,随着纳米材料工艺的进步,带有纳米技术的材质,在抗螨效果上有着天然的优势。

此外,床上用品的制作工艺,可能也对抗螨有着一定的效果。比如,有的床垫采用呼吸孔海绵,有着很好的通气作用,避免床垫潮湿,可以减少螨虫的滋生。

当然,抗螨材料总体来说比较贵,以乳胶为例,成本明显比其他普通床上用品的价格高。而且,螨虫多多少少都会附着在床上用品表面,“抗螨”并不意味着完全没有螨虫,只是减少了螨虫附着的可能。当然,不排除有的品牌和产品打着抗螨的“噱头”,来销售更高利润的带附加值的产

品。据市场人士表示,此前淘宝为了防止类似9.9元的低价产品刷屏并拉低用户体验,从而在淘宝上对该类超低价产品进行了一定的限制,如今在“淘宝特价版”APP上主推,无疑是看中了该领域的潜力。因此,也有声音表示,“淘宝特价版”对标的是电商领域的黑马,同样以低价拼团为主“拼得多”。

电子商务研究中心主任曹磊表示,拼多多作为一家成立于2015年

现,国酒逐渐摆脱过去“酒香不怕巷子深”的思维,越来越重视市场营销中的文化底蕴,纷纷从发掘传承中华文化之美入手,让更多年轻人了解国酒文化。

通过深度挖掘“非遗之美”,使之与当代审美、大众生活紧密结合,探寻非遗的可持续发展之路。这也是白酒业内首个非遗保护专项基金。

现场还设置了精彩的非遗技艺展示环节,包括南京金箔、南京云锦、云南傣纸在内的古老非遗技艺,被演绎成为与生活相关又极具吸引力的时尚秀,呈现非遗传承之美。

博物馆、新石湾美术馆,不久前,更启动了朱紫街大米罐彩绘工程,发起组织百名美院学生,集体彩绘大米罐,将粤酒传统文化与时尚艺术结合。

在糖酒会期间,广东省酒类行业协会会长洪影表示,2017年对白酒行业是一个发展年,经过5年深度调整期,行业已进入平稳发展阶段。

PART 2 材质“抗螨”:更推荐纳米材料

尘螨最容易的藏身之所,就是床铺,包括被窝、褥子、床垫等等,附着在上面,非常难以清除。如果材质本身就比较“抗螨”,或许能够减少螨虫附着的比例,降低螨虫繁殖速度,让螨虫在上面不能生存。目前,在床上用品市场中,带有“除螨”效果的用品也比比皆是。

比如,床垫是螨虫的“高发区”,严重的时候,床垫普遍存在着200万只尘螨。床垫“抗螨”作用,

中高端中国白酒在去年的整体复苏,刺激了整个酒业市场,就连世界葡萄酒业酒都在关注中国白酒的动向。在刚刚结束的全国糖酒会上,羊城晚报记者更发



白酒传承非遗之美

喝酒是一种生活方式,更是一种生活态度。尤其对于如今各大酒类看重培育的年轻人市场,文化认同往往是吸引年轻人的一大关键。3月20日成都糖酒会期间,水井坊博物馆携手中国文物保护基金会,发起并成立中国文物保护基金会水井坊非遗新生专项基金,将中国白酒文化与非遗接驳,旨在以更为专业的运作机制,

同样组团参加全国糖酒会的粤酒,也没有放过挖掘文化亮点的机会。

始建于清朝道光十年(1830年)的陈太吉酒庄,发展至今的台湾酒庄集团,至今已近200年历史,已成为粤酒中历史积淀深厚,具有文化底蕴的中华老字号。石湾酒庄不仅在陈太吉酒庄原址复建了当初的朱紫街文化古街,建立了岭南酒文化

博物馆、新石湾美术馆,不久前,更启动了朱紫街大米罐彩绘工程,发起组织百名美院学生,集体彩绘大米罐,将粤酒传统文化与时尚艺术结合。

在糖酒会期间,广东省酒类行业协会会长洪影表示,2017年对白酒行业是一个发展年,经过5年深度调整期,行业已进入平稳发展阶段。

PART 3 喷雾“抗螨”:喷雾除螨适可而止

还有一种方法就是喷雾除螨。来自于日本的UYEKI是比较经常用的除螨虫喷剂,是一种可用于棉被防螨处理的制剂,对着被褥以及沙发、玩具或者毛绒用品等喷一喷,晾晒至干燥,就能起到一定的除螨效果。

不过,需要注意的是,婴儿、孕妇要非常谨慎使用喷雾,尤其是要确定喷雾中所含的成分是否含有不利于健康的成分。

上已经有专门提供床垫清洗的服务,提供专业的床垫清洗设备,普通家庭可以把床垫搬到太阳下暴晒拍打。

总而言之,春季除螨不止是“神器”的作用,更需要培养健康、勤快的生活习惯。针对螨虫特别喜欢潮湿温暖的环境,除螨更要保持家庭室内空

气通风,及时清洁家居场所。

越来越多多元和个性化。淘宝也希望能精细化满足不同消费者的消费需求,近日,淘宝推出专注服务于价格敏感型人群需求的淘宝特价版,就是要让全国更大城镇、乡村的消费者都能一键获得质优价廉的商品,不断满足人们丰富多样的需求。

对于“淘宝特价版”推出的初衷,曹磊予以肯定,曹磊表示,阿里推出“淘宝特价版”APP的目的之一确实是为了满足细分群体的需要。因为消费是分等级、分层次的,有些人要升级,有些人要维持不变,有些人追求品牌品质,有些追求高性价比。而且低价爆款是淘宝屡试不爽的一个非常成熟的玩法。那么,爆款可以让一款商品做到几十万几百万甚至更多,很大带动整个店铺的销售。而推荐红包主要还是刺激用户去通过各种社交平台去分享从而吸引其他用户。

阿里巴巴方面表示,尽管消费升级是主流趋势,但是消费市场正在变得越来越细分,消费者的需求正变得

越来越多多元和个性化。淘宝也希望能精细化满足不同消费者的消费需求,近日,淘宝推出专注服务于价格敏感型人群需求的淘宝特价版,就是要让全国更大城镇、乡村的消费者都能一键获得质优价廉的商品,不断满足人们丰富多样的需求。

对于“淘宝特价版”推出的初衷,曹磊予以肯定,曹磊表示,阿里推出“淘宝特价版”APP的目的之一确实是为了满足细分群体的需要。因为消费是分等级、分层次的,有些人要升级,有些人要维持不变,有些人追求品牌品质,有些追求高性价比。而且低价爆款是淘宝屡试不爽的一个非常成熟的玩法。那么,爆款可以让一款商品做到几十万几百万甚至更多,很大带动整个店铺的销售。而推荐红包主要还是刺激用户去通过各种社交平台去分享从而吸引其他用户。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3月31日到4月1日启动内购会,仅针对内部员工、内店销售,凭券入场,促销力度将高于日常。

此外,春季消费当中的新居家装类消费,势头同样不减,主要以空调消费为主。从广州国美传来的销售数据显示,近期空调的销售和安装势头看好,部分空调品牌甚至出现了安装吃紧的局面,预计未来一段时期,空调将引领整个家电消费市场。

费”在实体门店非常流行,国美将在本周末3