

9月，百得厨卫“放大招” 工厂直供价惠全城



资料图片

□本报记者 符彩霞

百得厨卫入驻漯河已经20余年了，每年9月都会做一场声势浩大的工厂直供促销活动，今年也不例外。昨日，记者采访了百得厨卫漯河总经销商张挺洲，详细了解了此次活动的具体情况。

“百得厨卫，位数高端但价格不贵，产品出口100多个国家和地区。我们此次活动的时间定在9月23日，地点在金港大酒

店。”张挺洲告诉记者，此次参加活动的产品有吸油烟机、燃气灶具、燃气热水器、壁挂炉、电热水器、消毒柜、烤箱、整体橱柜等厨房用品，一应俱全，且均为工厂直供。种类齐全、质优价廉，是本次活动的最大亮点。

百得厨卫产品质量如何？“我家的百得烟机灶具已经用了六七年了，到现在都没出现过问题。”家住市区辽河路淞江小区的潘女士这样告诉记者。

据了解，中山百得厨卫有限

公司，是一家拥有27年专业厨卫产品制造经验，以生产、销售厨卫产品著称的制造商。百得凭借先进的技术、一流的质量、管家式的售后服务和知名品牌产品的信心保障，备受国内外市场的青睐，影响力与日俱增，多年来殊荣不断。

“这次活动，是本年度厨卫产品的盛宴，目前认筹卡已被抢购400多张。”张挺洲向记者介绍说，此次活动结束后，厨卫产品将会全面涨价，平均涨幅在10%~20%。

谈起此次活动的参与方式，张挺洲介绍说，“需提前到市区各门店进行认筹，认筹卡50元一张，认筹时顾客可领取冰裂工夫茶具一套，活动当天凭认筹卡现场签到，可领“好神拖”一个。”

认筹后购物，还可以享受认筹款翻倍用、疯狂砸金蛋和循环抽奖等多重特权。奖品有电冰箱、空气净化器、三件套锅、欧式蒸锅等。详情请咨询市区百得各门店。

不够白 怎能自称是“白领”



办公室女职员们长期面对电脑，肌肤难免会出现这样那样的问题，首当其冲的就是皮肤暗沉。那有没有什么好方法能改善提亮肤色，美白嫩肤呢？想知道办公室女职员们要如何美白护肤才有效，那就快点往下看吧。

专业隔离 一整天都对着电脑的办公室女职员们，皮肤在强辐射环境中变得暗淡无光，甚至不断催生出色斑、黑眼圈等。这种情况下，一款有效的隔离霜成了办公室美容的必备法宝。

长效补水保湿 喝饱水的肌肤才会充满活力，进而才能更好地吸收美白护肤产品，所以保湿是一项24小时

功课。办公室空气湿度较低，环境也干燥，通风非常有限，皮肤角质层不能及时调节足够的保湿因子，这时候更应该时刻注意补水。

减少感光食物的摄入 美白是一个内外兼修的过程，外部保养治标不治本，所以饮食也需要格外注意。使用感光食物后长期照射阳光或其他强烈光线，会使黑色素细胞活力增加，使皮肤变黑或产生斑点。常见的感光食物有：柠檬、胡萝卜、木瓜、芹菜、土豆、油菜、橘子、菠菜、无花果、红豆。各位想美白的办公室女职员们一定要注意减少这类食物的摄入。 **爱美网**

国美推出管家服务

“小病大修、小件大换”。家电维修周期长、价格不透明，服务质量得不到保障，鱼龙混杂的家电维修服务市场让很多消费者头疼不已。为了全面提升用户体验，打造值得信赖的综合型家电维修服务平台，深耕家电维修行业30年的国美推出国美管家服务，致力“让家电的事更简单”。

近日，国美第八期美谈在北京国美马甸鹏润新活馆举行，本期美谈聚焦家电维修服务市场，

通过对当前家电维修售后服务市场的剖析和行业升级，探索更加符合消费者需求的服务模式。

面对售后市场乱象和消费者的高标准需求，国美互联网副总裁叶石砚从覆盖范围、市场需求以及保修期内维修数据打通三个方面详细介绍了国美管家的售后服务内容与服务体系。叶石砚表示，国美管家将不断与消费者建立强链接，体现国美管家“快、全、优”三大优势，利用大数据建立标准化的服务标准最终解决

消费者痛点。

国美管家作为国美零售核心中“互联网+”新项目，以打造品类及网络覆盖最“全”，上门速度最“快”，服务品质最“优”的一站式家电维修解决方案为主轴，并以产品技术驱动，打通厂家后台数据，首创国内保修期内维修一键预约功能。国美管家致力于为用户提供更专业、更便捷、更贴心的服务，在未来国美零售业态中将发挥更大的作用。 **国美**

初秋这样穿 美得刚刚好



机车夹克

夏去秋来，一件衬衫就能搞定这个吹着凉风的季节。白衬衫能穿去各种场合，但不要选那种中规中矩的，避免被认成服务员的尴尬。

格子衬衫也是经久不衰的，通勤或者上街都很合适。美的很随意，下装不管穿什么最好是将衬衫扎进去，小编的穿衣经验告诉你这样会将长腿变成一米八哦！

机车夹克诞生的时候就不只是男士的专属了，街头个性的姑娘们应该会很喜欢这种装扮，很符合现代年轻人不羁的自由风格。机车夹克搭配裙装或是裤子都非常显瘦、显

高，也不分场合。春秋两季都能穿得上，实用性比较强。

牛仔外套火了这么久依旧是绝大多数人的心头爱。简约舒适，最重要的下装搭配什么都合适，对鞋子也是不挑的。春秋两季，一件基础款牛仔外套是必不可少的，牛仔蓝和白色尽显各自的风格。秋天可以外搭，等到初冬外面再套上大衣又是另一种味道。

在穿一件有点冷，穿两件又有点多的初秋，卫衣就好像是上天派来拯救我们的“天使”。不仅厚度适中，穿上它运动也丝毫不会有违和感。 **西本**

安利XS成网红潮牌

29小时售出1000万罐

安利XS自8月12日开启预售以来，凭借强大品牌影响力、零合成防腐剂的卖点和炫酷口感，特别是安利在中国强大的营销渠道，迅速成为网红产品。9月4日，XS正式对外销售，短短29小时，销量达到1000万罐，创造了中国运动营养饮料市场新的营销奇迹。

2001年，XS品牌诞生于美国南加州拉古纳海滩，这是全球极限运动爱好者心中的圣地。XS在2002年上市，一经推出即备受年轻人和运动族群的喜爱。十多年间，XS能量饮料在全球51个国家和地区销售，售出的XS能

量饮料超过10亿罐。

XS的腾飞，源于XS的内在精神和强大的产品力。XS品牌从诞生之初，便带有浓烈的极限运动文化基因，代表着活力、年轻、健康。大卫·范德文创建XS品牌的初衷便是：“创造一种令自己和家人每天都可以放心饮用的饮料。”

首先，不含食糖、不含合成色素和合成防腐剂。其次，要赋予产品复合而独特的口感，XS拥有多种复合鲜果口味，融合气泡口感。XS作为运动营养饮料，还要满足功能性诉求，XS中加入多种B族维生素，帮助人们释放身

体能量，配合珍贵人参萃取精华，能让人在没有心理负担的前提下畅饮，有效补充身体能量。

因为和安利的深厚渊源，2003年，安利成为XS运动营养饮料的独家经销渠道。2015年，安利更是成功收购XS品牌，并将这一代表着激情、勇于尝试、敢于挑战的品牌带到了更高的舞台和更为广阔的全球市场。

8月中旬至今，安利在全国31个城市相继举办XS上市全国市场推广活动。开启预售以来，销售数量一路攀升，于9月6日昆明站迎来售出1000万罐的上市庆典。 **安利**