

# 国美开拓进军十万亿“家·生活”市场

## 趁着天气渐凉备套暖衣吧



苏州人民商场“暖衣节”隆重推出,品牌内衣摩拳擦掌纷纷推出新品新款。人们看到“爱慕”品牌暖衣系列,成了怕冷女士的必备保暖“神器”。据介绍,其保暖面料中添加了天然羊绒成份,细腻柔软,亲肤感和保暖性都棒棒哒,给予女性全面保护,完美御寒。如果脖子怕受凉还可以速立领款式。而暖衣系列主料含天然健康的柞蚕丝,因采用抗静电涤纶,有效抵抗静电产生。如此优质材质,不仅能保暖而且柔软亲肤,一套保暖衣双重呵护!

作为女人,无论年纪如何都是爱美的。而“爱慕”品牌另两个系列不仅保暖,穿起来还超显年轻漂亮。这两个系列,不单单适合妈妈穿着,同时也适合年轻女士穿着,外穿保暖美翻天。“风尚暖衣”系列含10%羊毛,柔软且无羊毛的刺痒感,美到外穿都没有虑和感。而莫代尔材质的“情迷巴厘”系列,舒适柔软不说,外观也是一样好看。网纱袖口和花边袖口两款的设计精致优雅,穿外衣露出袖口也不尴尬。

秋冬交替时节,皮肤变得十分干燥。远红外纤维、莫代尔、柞蚕丝配合氨纶纤维的材质,具有良好的亲肤润肤功能。可抗菌抑菌的野蚕丝成分既能保持肌肤清洁健康,还能有效抑制静电。50S兰精莫代尔、美雅密氨纶和羊毛、柞蚕丝混纺纱线与莱卡氨纶混纺,WARM+材质加强。其中,柞蚕丝含有多种氨基酸,有滋润皮肤的作用。作为WARM+的双层版,保暖衣不仅提高了产品的厚度,在两层面料之间还能形成空气夹层,这哪里是衣服,根本就是保温杯啊!所以,WARM++的保暖效果可想而知。

爱慕保暖衣还有儿童款,图案和款式都很可爱,看起来萌萌哒。考虑到孩子皮肤娇嫩,部分儿童保暖衣在保证御寒能力的同时,还采用亲肤材质,可滋润皮肤从小做起啊。

(郑洁华)

11月28日,国美“家·生活”战略发布会在北京召开。国美控股集团总裁王树彤女士作主题演讲,明确以“国美·家·生活”作为国美新时期品牌主张,依托产品、运营、服务三大能力,向以家为核心的“提供商”与“服务商”转型解决方案,进军十万亿元的“家·生活”市场,计划未来三年,打造1万家以上线下“家·生活”门店。据了解,这是国美从电器经营为主向“家·生活”新版图扩张的第一步。

在战略发布会上,王树彤宣布了“国美·家·生活”的品牌新主张。2018年,国美的业务将聚焦在家电、家装、家居、家政服务、金融五大板块,力争进入业务发展的成熟期。从2019年开始,国美将启动全品类、全行业拓展,成为线上线下互联互通的双平台零售,力争到2020年服务1亿中国家庭。

据了解,“家·生活”市场是一个产业融合的大蓝海。据易观智库的数据显示,中国“家·生活”市场规模接近10万亿元,其中囊括1.4万亿元家电市场,1.9万亿元家装市场,0.8万亿元家居市场,5.7万亿元家政服务市场,家金融市场更加广阔。

王树彤表示,虽然市场前景广阔,但进入“家·生活”是一项大工程,产业链长、复杂性高,国美将在产

品、运营、服务三方面建设自身能力,利用互联网技术和平台渠道,实现人与人、人与商品、人与服务的交互,并通过线上线下平台交互产生的数据反向赋能,提升“家·生活”的体验和效率。

作为2017年最大战略举措,国美整合旗下互联网资产,对国美互联网重新定位。国美互联网一方面扮演连接器角色,另一方面又是重要的流量分发平台,首次推出“社交+商务+利益共享”的共享零售新模式,以美店、美信、商城、美媒等核心产品,连接国美的平台、技术、供应链优势,共享给所有用户。

共享零售是国美创新的第五代商业模式,其核心就是去中心化、人人皆流量。在这一模式下,所有人均可免费共享平台的价值,融入固有的商业链条,零成本、零投入成为经营者。作为共享链条中的一员,分享者既能享受无忧购物,又能开发固有社交网络,参与商家的利益分享。

王树彤表示,国美围绕“家·生活”着力发展互联网能力,赋能线下运营能力,成为线上交易、线下体验的双平台共享零售模式,线上打造产品、连接和数据能力,线下注重场景化、主题化、专业化、一体化、及时性的落地运营服务能力。

战略发布会上,王树彤第一次透露国美的万店计划。她表示,国美将在线下新增2万平方米左右的全品类智能“家·生活”馆模式,并在现有城市部署社区生活小店,在县镇市场开设国美APP网络实体店。布局完成之后,国美将拥有1万家以上线下“家·生活”门店,形成线上平台覆盖线下不同类型门店,随时随地为消费者提供“家·生活”产品和服务。

在服务上,转型“家·生活”市场之后,国美的服务不仅要做成产品化、标准化,还要从销售体验到配送安装、维修清洗、收旧复购,形成产品的全生命周期服务闭环。

为进一步增强“家·生活”后服务市场的竞争力,11月27日,国美以1.05亿元领投TCL旗下家电售后服务提供商“十分到家”。完成战略投资之后,国美与“十分到家”将在家电回收租赁业务方面展开深度合作,覆盖全国的线下维修、清洗、回收体系。

为推进“家·生活”战略顺利落地,国美当天与五大行业协会及海尔、链家、爱空间、科大讯飞、爱回收等行业领先企业达成了战略合作,共建“家·生活”价值共同体。

(张勇 余刚)

## 你知道黑茶之三增三抗三消三降功效吗?



喝茶的人都知,道茶有绿茶、红茶、白茶等,但黑茶你听说过吗?说起黑茶,还是在最近的一次采访中了解到的呢。

黑茶是我国西北地区少数民族数百年来与奶、肉并列的“一日不可缺”的生活必需品。由于以肉、奶为主食,长期摄取高蛋白、高脂肪、高胆固醇食物,极易导致高血脂,但由于长期饮用黑茶,发两率降低。据汉家刘氏茶苏州总代理朱建明介

绍,黑茶有三增三抗三消三降功效。

**三增——**  
增力:早茶一盅,一天威风;午茶一盅,劳动轻松;晚茶一盅,防雨除湿。由于茶能够提高运动员的竞技水平,从1980年莫斯科奥运会开始,茶被定为运动员可以饮用的唯一含有咖啡因的饮料。  
增智:茶能增强人的注意力、记忆力、判断力、思维能力。

**三抗——**  
抗寒:茶能减肥保健,增强皮肤的透气、吸水性。茶中的茶多酚是目前开发出来的最好的天然化妆品。  
抗衰老:原理是茶能有效清除人体内的自由基,被称为高能连锁锁链,茶中的Vc能阻止脂肪的过氧化。

**三消——**  
消脂:黑茶具有降血脂、血糖、血压的作用,黑茶暖味健脾、消食降脂、减肥降压、养心安神,晚上喝黑茶不会引起失眠。黑茶中的茶色素、茶多酚、儿茶素、咖啡碱等有明显的降血脂、血压的效果。茶多糖是一种酸性糖蛋白,结合有大量的矿物质元素,具有降血糖、血脂,提高机体免疫力,抗凝血,抗血栓,耐缺氧,抗紫外线,抗辐射等系列特殊保健功能。

**三降——**  
降辐射:在日本广岛原子弹爆炸后的调查中,凡有饮茶习惯的人群受害普遍较轻。从此,茶叶被称为“原子时代的饮料”。

(肖佳)

## DIESEL 2018 春夏系列 大写的时髦随意



2018 早春及春夏系列, DIESEL 延续其标志性不羁风格,重新演绎上世纪90年代的时光精髓,以 Uoisex(中性)、Overize(廓形)、Sporty(运动街头)为主要设计主旨,进一步融入鲜明色彩创作,打造出时髦而随性全新2018 早春及春夏服装系列。

尤其本季春夏系列以明亮色调搭配实用风格,从 Bureau Mao 狂欢节中汲取灵感,打造随性随意的中性风格单品。手袋、派克大衣、短夹克和铆钉机车夹克等经典单品贯穿本季,与大胆印花图案和迷彩扎染形成对比。艺术家 Elco Greco 以刺青为灵感创作独特印花图案,点缀连衣裙和内衣,并创作手缝皮革,继之以长筒袜与蕾丝构成的摇滚风格。

艺术作品融入动画制作,本季造型手册则由极具现代风情苏格兰艺术家 Porie Wasp 与 Nicola 一起联手呈现。他们玩味了关于时装的多种细节和元素,从而最大可能的做到让人们可依循个人喜好,随心混搭。“消费者无需费尽心思塑造造型,因为我们的衣服已足够闪耀出众。”

**运动街头——**  
最基本的日常穿着——DIESEL 中性帽衫和运动卫衣对经典标志 LOGO 进行了新的革命,品牌宣言“Only The Brave”“For Successful Living”亦重新设计,采用霓虹灯式的字母标识,布满黑色丹宁布和复古针织布。迪斯科风亮片礼服和华丽的女士休闲夹克继续风靡。

**原创丹宁——**  
标志性的丹宁系列本季回归意大利丹宁面料本身,这种面料拥有纯正的蓝色,浑然天成。牛仔夹克采用部分水洗撕裂或肘部磨破设计,而全新推出的“Babbie”女士牛仔裙则通身遍布破

细节,5袋V型侧缝,不同长短可供选择,更为衬托身型。“Dagb”男士全新牛仔裤版型则简洁利落,灵感源自90年代标志性的“Cocobisc”风格,全手工水洗磨白,可搭配精致的长筒袜。修身朋克牛仔裙和混纺面料牛仔裙球夹克,均采用了DIY风格的漂白牛仔布。本季的牛仔除了牛仔原蓝色之外,还有深邃的午夜黑。贯穿连帽卫衣、T恤和夹克系列的领口系带细节,全部采用最纯粹的深黑色,注入了浓郁的摇滚风格。

设计特别采用纯正的90年代洗色牛仔风格,并对其进行各种处理,例如破洞、毛边和穿线。之前仅用于广告中的知名 DIESEL 标志——“Cookie”首次以刺绣处理的方式出现在服装上,并作为修补胶布装饰牛仔单品,贯通过去与未来。

**繁复配饰——**  
2018 春夏系列配饰继续推出经过改进的全新 SKB 运动鞋系列,采用全新印花和全新针织设计。高级感牛皮皮革和其他材质为运动鞋系列增添新意。新款 SKB 运动鞋采用弹性鞋面,穿脱方便,脚感处以饰有 DIESEL 标志的弹性短袜衔接,而 Zip-Round 运动鞋推出的低帮版将首次惊艳亮相。

全新男士背包 Subtroyal 采用氯丁橡胶材质,男士 DIESEL XX 背包则采用双面军装风行李袋和托特包设计,饰有印花标识。女士尼龙包袋饰有链条细节,灵感源自机车车锁,有超过5种不同风格可供挑选。标志性产品 Le-Zipper 女包则推出了小型背包 Le-Kiony II 以及小型斜挎包 Le-XS Maba II。

这一季的标识性配饰单品着重头饰,从莫希干棒球帽和毛线帽到毛巾,以及带有塑料舌舌的鸭舌帽,款式繁多。

(肖佳)



巨型圣诞树亮相苏州美罗商城

距离12月24日的圣诞夜还有一段时间,苏州街头就已经透出了圣诞的味道,这不,苏州美罗商城门前的这棵圣诞树就吸引了无数路人的目光。

记者从苏州美罗商城了解到,这棵圣诞树高达18米,灵感来源于梵高的“星夜”之作——《罗纳河上的星夜》,伴随罗纳河河岸弧形优美的轮廓,展现出唯美星月夜的幻变之韵,光影摇曳、婉转生辉的广场上圣诞树像是在遥远的极区,人们目力望夜空,见到那五彩十色、千姿百态的极光,圣诞树内置七彩变色灯光,同样也配置了光影律动编程技术,灯光会随着音乐节奏旋转跳跃一眨眼。到了春节,圣诞树与罗纳河畔的又一番身一变,桃花垂垂,美得含蓄。

(朱佳范)

苏州人民商场

电话: 0512-82551252

网址: www.szrmc.net

微信扫码

好消息! 本周石路国际“水星家纺”大放价了!

为庆祝水星家纺主板上市,感恩苏州消费者,即日起至11日,石路国际商城举办大型感恩亏本促销活动,价格低至冰点,史无前例。

500只感恩枕免费送,众多特价产品全面惠民: 拉舍尔毛毯原价498元/条,感恩价59元/条; 雅芯羽绒被原价3680元/条,感恩价999元/条; 全棉磨毛四件套原价1780元/条,感恩价499元; 暖阳加厚被原价699元/条,感恩价99元/条,更多产品破天荒2-3.5折,部分产品限量供应,欲购从速! 广大消费者千万把握过此机会。

活动地址: 苏州石路国际商城一楼大厅和6楼水星专柜。

热线 15370002406。

(肖佳)