



唯有美食最动人心

——星茂汇 VOVO PARK 美食特辑



人间滋味万千,能被记住的却寥寥无几,母亲烹饪的拿手菜的味道,每到傍晚巷子里家家户户传出的烟火气,儿时每到中秋节空气里弥漫的月饼香味……这些味道储存在我们的记忆深处,某一刻当它们突然被捕捉到,便瞬间像搭乘了时光列车,穿越回久远的过去,与故土、亲人、风俗等各种情感相融合,激起心底层层涟漪。在这些味道当中,尤以美食的味道最能打动人心,才下舌尖,又上心头,帮我们安顿身心,治愈挫折与疲劳。

秋日已至,暑气消散,缤纷食材变成美味的调色板,邀请蠢蠢欲动的味蕾,来星茂汇 VOVO PARK 开启舌尖的狂欢……

它们来自五湖四海,有的甚至是漂洋过海跨越国界来到我们身边,与大同独特的气候孕育变化为新的美味。当这些菜品经过精心地烹制,将最完美的色香味在最后一刻尽情释放时,从香甜到咸鲜,从清淡到麻辣,都散发着无穷的美食魅力。尚品御泉的烤肉,铁板上的五花肉炙烤出滴滴油脂,伴随着热浪吸收在肉质中;盛香亭卤味绝绝子,辣味地道又过瘾;网红店烤鱼半天妖、海



底捞、凤临阁、云锦会、分米鸡等众多美味将为热爱生活的你次第开启舌尖上的美食之旅……

星茂汇 VOVO PARK 让斑斓食色在舌尖铺展,用味蕾唤醒美好回忆,一场欢聚,一次解馋、一顿特色尽在此处。爱生活就来星茂汇 VOVO PARK 吧!

广告信息



易被忽悠的功能性服装

随着人们生活水平的提高,服装市场也越来越细分化,不光有因四季变化的春装、夏装、秋装和冬装,有适合不同场合的正装和休闲装,有棉麻、针织、涤纶、氨纶等不同面料和材质的服装,近些年还出现了具有各种特殊防护效果的功能性服装,比如可以吸湿排汗的速干衣、防雨防风的冲锋衣,还有防晒的各类皮肤衣等等。与普通服装不同,功能性服装因为其特殊的防护效果成为吸引消费者的最大卖点。

消费者在选购这类服装时往往容易受到商家广告宣传的影响,注重服装面料所具有的性能指标,而对于款式外观并不很重视。一位酷爱户外运动的消费者告诉记者,他买过很多件防晒衣和冲锋衣,有些是圈子里朋友推荐的,有些就是看商家宣传介绍,而且每年都出新款,因为增加了新功能,许多人都买,所以自己也就买了。至于是否能达到商家宣称的功能和效果,比如速干衣吸水性达到多少,通常都不太清楚。

其实多数消费者虽然购买了功能性服装,却对其功能指数知之甚少。而市场上大部分低价的防晒衣和冲锋衣,其标注的面料成分与实际使用的面料不符,更谈不上具有防紫外线、防风防潮等功能。甚至有些售价颇高的功能性服装同样存在着吸湿速干功能差或者无法达到防紫外线的标准要求,起不到防护效果。特别是一些网络上销售的功能性服



装,衣服吊牌上找不到功能性词语,或者没有功能性标准,比如冲锋衣,说是冲锋衣,买回来吊牌上是夹克,而夹克标准根本就没有功能性项目。速干衣网络上说是吸湿、透气排汗,但吊牌标注针织服装。这些都是卖家为了逃避监管,误导消费者的做法。所以消费者在购买功能性服装时,要着重了解其宣传与吊牌上的描述是否一致,避免商家混淆视听。比如皮肤衣,如果不标注防晒的话,防晒效果跟普通衣物差不多。另外,不要盲目相信卖家宣传,更不要贪图便宜,所谓一分钱一分货,几十元一件的“冲锋衣”当件外套穿穿就好了,功能性就不要奢求了。

晓澜

行业动态

北方电器27周年庆典“8·28”大促即将启幕

为了感谢广大消费者对北方电器的支持和厚爱,北方电器27周年庆强势布局,于8月27日—29日开展盛惠促销活动,其中“全城8·28”大促活动将于明日启幕。

线上通过真快乐 APP,一店一页,如 ZAO 动团活动、购物抽金条、新人畅享一元购好物等活动……线下则通过全市门店开展展示、售卖、体验、服务等,如进店免费得真快乐礼包、参加以旧换新活动、享受不同平台的服务和福利。北方电器还将利用多元化营销工具如视频导购、自媒体矩阵、社群等,为广大消费者提供便利。同时,为激发消费需求,省级财政投入1亿元发放数字消费券,可在9月17日前的每周六上午9点,进入“云闪付 APP”页面,在“礼享生活·晋情消费”活动页面,实名认证后即可抢120元、300元、500元不同面值的家电补贴券,此券可在北方电器所有活动价的基础上叠加立减。

过去的一年,北方电器积极寻求转型,化危为机。一方面积极推动线上线下融合,通过“门店+社群+APP”的模式,实现全渠道的网格化布局,辐射周边3—5公里用户,以最快30分钟到达的“闪店送”解决即时配送“最后一公里”问题。另一方面,针对家电行业现状,展开多方位新模式营销。通过直播带货、社群服务、以旧换新、智能产品推广等方式,不断刺激消费,为市场发展注入新活力。

北方电器成立27年来,始终与众多优质厂商品牌携手同行、相互扶持,建立了坚不可摧的友谊。各品类家电、家居、家装等厂商负责人也都表示,受北方电器多年来的奋斗精神、拼搏精神感染,愿与北方电器携手共进,全力惠民。

未来,北方电器将继续努力,不断提升服务质量,让大同的父老乡亲得到更多实惠,向品质生活迈进。

广告信息



米好吃还要好看——美学改变生活

还记得早期的粮油店吗?清一色的编织袋、大包装,父亲用一辆“二八自行车”驮回家,一股脑倒进米缸里,够一家人吃上一段时间。时移世易,随着几代同堂的家庭结构向一家三口或四口之家转变,80、90后日渐成为消费主力,米袋子也在向高颜值、有内涵、小体量过度。不管是打开购物页面,还是走进商场和超市,变美、变靓的不只是小零食、日用品、鞋子、包包……那些曾经和美完全不搭边的米袋子、面袋子也已经换好了五颜六色的新衣,等着你的欣赏品鉴。

晓澜

