



「**可口可乐**」

双十一惠民可口可乐专场

可口可乐品牌周

超值**5**重礼
「**优惠享不停**」

茶π 雪碧 可口可乐 怡泉 美汁源 果粒橙


中商惠民
www.huimin.cn

CONVENIENCE
STORE
2017年11月刊

便利店

——
双十一囤货季
可口可乐超级品牌周

中商惠民与INNOVA、百诺优品达成战略合作
共促多渠道升级融合

看六零后大叔如何玩转社区店

现代化小店的经营之路

细节决定一切

11月新品

学做家常菜的好助手

惠付通3.0 店铺智能管理专家

软件功能介绍

惠民订货、惠付通收银台、便民业务、休闲娱乐多种服务

主要功能：规范式进销存管理、会员管理、营销管理、权限管理，并推送全国热卖产品，智慧收银为一体，全方位满足线下商家收银需求。

• 规范管理

商品进销存管理
销售报表统计
最低库存预警
数据永久保存

• 移动支付

微信
支付宝

• 增值服务

手机话费充值
加油卡充值
水、电、燃缴费
.....

• 售后服务

终身保修 · 上门安装
操作培训 · 软件免费升级



硬件参数

处理器：RK3288 ARM® Cortex - A17 四核1.8GHz 高性能芯片
内存：DDR3 2GB 主客屏：11.6英寸 1920*1080 LCD屏
操作系统：Android 5.1操作系统定制

功能特性

可扫描条形码、二维码
小票打印功能
双屏异显功能

身份证识别录入功能
摄像头拍照功能

新零售 新机遇

在过去的十月里，零售行业盛会聚集，以云栖大会在内的众多行业峰会共同见证着新零售的蓬勃发展。并透露出强烈的信号，新零售已经进入跑马圈地加速扩张的2.0阶段。

尽管零售领域的新概念层出不穷，零售这个领域的链条很简单，就像“H”字母一样，一边是“供给”，另一边是“需求”，连接这两端的是“供应链”。即便是互联网和大数据时代，科技和技术只是为这个线条增加了：精准和效率，其本质并没有发生变化。

新零售概念的提出仅仅一年，在资本与技术助推下各种新零售模式应运而生：超市+餐饮、无人商业、智能商业等等。如此生龙活虎的场面再次表明，中国零售从未画地为牢，不刻意创造和追求一种模式，而基于中国零售最前沿的便利店，更散发着强大的磁场，聚拢着所有消费者。

文/午夜飞行



2017年11刊 (总第48期)

主 办: 中商惠民电子商务有限公司
版权所有: 中商惠民电子商务有限公司
编 委: 中商惠民战略发展中心
主 编: 巨晓旭
执行主编: 吕晓清
编 辑: 张泰 筱玖
美术编辑: 董娇娇
出刊日期: 2017年11月1日

中商惠民总公司
电 话: 010-84938977
客 服: 4000-999-200
网 址: www.huimin.cn
地 址: 北京市朝阳区广顺北大街5号
融创动力科技文化创意创业基地B座五层

广告合作与投稿事宜
可与我们微博或微信联系



微博二维码



微信二维码



目录 CONTENTS

- 03 热点新闻
行业新闻
中商惠民与INNOVA、百诺优品达成战略合作
共促多渠道升级融合
- 08 人物
看六零后大叔如何玩转社区店
现代化小店的经营之路
- 14 超市合伙人
快速认识促销 (下)
- 16 11月订货系统新品
新品
- 20 经营之道
细节决定一切
- 22 惠民活动
可口可乐的那些隐藏技能
实名认证享多项开店权益
中国体育彩票送金福 惠民合作门店首迎福
- 26 杂闻
编辑部的故事——拾肆
- 28 电商与互联网
学做家常菜的好助手
- 29 超市联盟
- 30 休闲

行业新闻 >>

双11前夕京东无人超市、便利店 首次亮相

距离今年双 11 前夕, 京东线上线下融合加快, 无人超市、便利店首次亮相。

据了解, 京东此前就多次对外表示在进行智慧门店技术的研发。不久前已在亦庄总部开始试运行自己的无人便利店和无人超市。(联商网)



盒马鲜生也要开便利店 首个“试验店”将落户上海

开小店正在成为一种趋势。继沃尔玛、宜家这样的传统零售巨头之后, 阿里旗下的盒马鲜生也要开设面积更小的门店了。

近日有消息称盒马鲜生将尝试便利店业态, 从盒马鲜生方面获悉, 确实将于年底在上海开出便利店, 盒马 CEO 侯毅表示首家店将是一个 800 平的试验店, 而盒马对便利店的未来定位是做 200 平米左右的店型。“通过先开大一点的 800 平米的试验店, 我们要去看, 这家店里哪些商品将来是消费者真正喜欢的。未来, 我们再将这消费者真正喜欢、真正有需求的商品抽出来, 做 200 平米的店。”(《商业观察家》)



世纪联华、华润万家等 成杭州首批品质食品示范超市

近日, 经考核验收, 杭州市认定华润万家生活超市 (浙江) 有限公司滨江区新物中心、杭州联华华商集团有限公司和平购物城、锦江麦德龙现购自运有限公司杭州江干商场、杭州联华华商集团有限公司新塘路店和华润万家生活超市 (浙江) 有限公司金沙大道店为杭州首批“品质食品示范超市”。



永辉精致超市BRAVOYH 安岳中央时代广场店开业

10月18日, 永辉精致超市 BRAVOYH 安岳中央时代广场店开业。该店位于四川省资阳市安岳县柠都大道与秦九韶路交汇处东北角中央时代广场, 总面积近 7500 平方米。

该店引进了大量的高端进口商品以及时尚品牌精品, 在商品结构上有了高层次的调整, 打造出了一个集精品、时尚品等为一体的购物超市。

U掌柜拓展无人零售 能否获得话语权仍待观察

10月17日, 生鲜电商 U 掌柜宣布完成 1 亿元的 B+ 轮融资, 由海尔资本领投, 今日资本与峰尚资本等多家财务机构跟投。U 掌柜联合创始人、CEO 祝鹏程称, U 掌柜将借助自身的前置仓资源, 结合海尔在无人零售设备和智慧家电方面的技术, 拓展无人零售业务。有业内人士指出, 无论是电商企业还是实体零售企业难以在供应链、消费场景以及技术等不同维度均有所倚仗, 因此频繁入局的玩家能否在竞争中争夺话语权仍待观察。

共享雨伞“漂流伞”完成数千万元A轮融资

共享雨伞“漂流伞”宣布，已经完成数千万元的 A 轮融资。本轮融资由德同资本、道生资本领投，追梦者基金、哈匹持续跟投。漂流伞创始人顾曼表示，本轮融资主要用于团队人才招聘和更多城市市场拓展。

这是漂流伞在短短两个月内拿到的第三轮融资。今年 8 月 14 日，漂流伞宣布完成 500 万元天使轮融资，由追梦者基金领投，雷雨资本、以正资本、友谊菲诺跟投。而仅仅 10 天后，漂流伞对外宣布，已经完成数千万元 Pre-A 轮融资，由戈壁创投领投，追梦者基金、哈匹跟投。



上门O2O经济深陷危机，市场成熟需要较长时间

在经历 2014 年的疯狂、2015 年的调整和 2016 年的冷落之后，随着进入资本被消耗殆尽，一度火热的上门 O2O 行业很快“退潮”。曾经倍受追捧的风光不再，其中曾遍地开花的上门洗车平台，更是呈现全行业的关停，一片惨烈。

论起上门 O2O 如此不堪的根本原因，还是其核心竞争力缺失，在与传统线下市场竞争中没有比较优势。除了下单方便点，上门 O2O 提供的服务，在服务质量、价格、效率上都不能给用户更好的体验。由于微信等移动通讯手段的普及，甚至连下单便捷上也不见得领先线下服务商。

申通快递：拟联合多公司成立保险公司 申通出资1.6亿

10 月 13 日晚间消息，申通快递（002468.SZ）发布公告称，拟联合多家公司成立保险公司，暂定名为中邦物流保险股份有限公司。

据公告披露，申通快递拟联合江西省金融控股集团有限公司、上海圆通蛟龙投资发展（集团）有限公司、中通快递股份有限公司、韵达控股股份有限公司、山东金控有限公司、广州宝供国际货运代理有限公司一起发起设立中邦物流保险股份有限公司（暂定名，具体以工商登记为准，以下简称中邦保险），中邦保险采用发起方式设立，注册资本为 100,000 万元整，申通快递拟以自有资金 16,000 万元出资，占中邦保险总股本的 16%。

申通快递方面称，发起设立中邦保险有利于优化公司的经营结构、拓宽和丰富申通快递股份有限公司业务领域，推进公司在金融领域的战略布局，提升公司的综合竞争力，为股东创造更大的价值。

广东省打造线上政务缴费平台 非税缴费可使用微信支付

近日，微信非税缴费解决方案牵手广东省财政厅，共同打造线上政务缴费平台，实现智慧民生政务。一并解决政府多个单位和不同银行间的执收难题，提高政府及银行单位的办事效率。

基于微信支付基本功能，微信非税缴费按照财政非税收入管理规定搭建了一套产品方案。此后，纳入非税系统的省级所有非税收入项目，如考试类收费（认证考试类报名费用、资格考试类报名费用等）、罚没收入（交通罚款、罚金、法院罚没收入等）、证件类费用（出入境证件费用、户政证件费用等）都可以通过公众号“广东财政”或扫描缴款通知单二维码进行支付和办理，省去了用户线下缴费的麻烦。



沃尔玛入驻京东一周年实现双增长 跨境电商再扩围

自去年 10 月份沃尔玛和京东达成战略合作后，沃尔玛全球购官方旗舰店随即入驻京东，此后双方在跨境电商领域的合作不断深入：今年 4 月，沃尔玛旗下的英国国民超市 ASDA 首度引入中国；5 月，上线山姆全球购官方旗舰店让会员享受与美国山姆同品质的商品；6 月，“6·18”当天销售额达到去年“双十一”的 4.3 倍；8 月，沃尔玛和京东联合推出“8·8 购物节”。



实体超市现关店潮 永辉大润发入局跨境电商

近日，永辉超市发布公告称，与达曼国际签订《自有品牌服务协议》，就自有品牌的研发、供应商合作和营销等方面的服务内容、服务方式和支付方式等达成一致，旨在为中国市场和消费者打造高性价比的全球定制商品和引入国外优秀品牌商品。永辉超市透露，计划于 2016 年实现食品用品类自有品牌及进口商品销售人民币 15 亿元。

实际上，早在去年 3 月塔斯马尼亚州长访问永辉超市时，永辉超市董事长张轩松就曾表示，未来永辉超市将把跨境采购活动常态化，同时着手在自贸区打造跨境电商。

此外，据 2015 财年半年报显示，永辉在 O2O 方面将会重点推进电商平台、海淘、App 改造、永辉钱包等，其中跨境电商项目将与永辉电商 App 共用一个入口。

饿了么连放大招 合并百度外卖后又得支付宝入口

继 8 月 24 日宣布合并百度外卖后，饿了么上月宣布正式接入支付宝与口碑的外卖服务线上运营。同时，在全国范围内，支付宝 APP 首页应用中的“外卖”切换为“饿了么外卖”，饿了么成为支付宝原生首页界面 11 个默认应用之一。

探营京东无人店 揭秘暗藏的黑科技

在今天的双 11 启动会上，京东首次公开了京东门店技术和京东 X 无人超市。

据介绍，京东无人店包括多种自由组合的技术方案，覆盖全场景无人店和现有门店的局部改造。此外，京东强调自身在门店科技背后的大数据分析、辅助运营手段，和通过京东物流供应链系统支持无人店运行的落地模式。（亿邦动力网讯）



中商惠民与INNOVA、百诺优品达成战略合作 共促多渠道升级融合

2017年9月29日，中商惠民携旗下品牌百诺优品，与澳大利亚知名供应商 INNOVA 于京共同举行了战略合作签约仪式。中商惠民总裁张东、澳大利亚华人控股集团董事长杨志唯、INNOVA 集团董事 Bryan coleman 共同签署项目合约书。双方基于良好的信任，着眼各方长远发展战略，强强联合，在新型零售领域与生态渠道构建达成战略合作关系。

双方经长期密切磋商最终达成共识，INNOVA 将为中商惠民及百诺优品提供澳洲商品生产、采购、进出口贸易、品牌相关和市场推广等相应服务。除开展全国性商品合作外，中商惠民还将与 INNOVA 就现有渠道及资源进行共享，并进一步拓宽新业务渠道的覆盖范围，实现国际优质商品惠利国内社区。除此之外，合作还将就商业模式进行更多探索，共同开展联合营销，实现共赢。

签约会中，INNOVA 集团董事 Bryan coleman 充分肯定了中商惠民在国内 b2b 行业发展中起到的积极作用，及新品牌百诺优品在便利店商圈的发展潜力，特别就双方战略合作给予充分肯定。Bryan coleman 特别指出，中商惠民作为中国最大的社区 O2O 电商平台，极大程度弥补了品牌商在流通终端的空白，迅速有效的将商品传递到终端并反馈厂商，自建仓储物流供应链极大程度缩短了中间环节。INNOVA 也坚信电商化是传统经销商及渠道的未来发展方向，相信此次合作将会成为澳洲商品国际化的重要举措之一。

据介绍，百诺优品则是中商惠民旗下面向 C 端消费者的社群营销整合平台，品牌成立于 2017 年 9 月，依托中商惠民全国 50 余万家社区便利店，意在打造中国最大的社群营销生态圈。签约方 INNOVA 为澳洲巨型国际贸易公司之一，经营项目涵盖国际进出口贸易、服务及商品输出、市场研究、超市供应等业务，目前在澳洲、美洲、欧洲等地的国际优质合作供应商数已超 4000 家。

接下来，三方将以中商惠民为平台，50 万余合作商户及惠付通智能终端为第一渠道，全面推进进口商品及相关服务在社区电子商务平台及线下实体网点的销售。在丰富国内进口商品的同时，也从侧面促进行业的健康发展，积极推动传统渠道的改造升级，从而满足社区百姓对品质消费的需求，为国内快消品行业带来更多可能。



(共同构建新型厂商关系下的新商态)



看六零后大叔如何玩转社区店！| 惠民·人物



*《便利店》将会是最好的超市人杂志 /

杨哥打开微信，四个五百人的大群不断弹出着消息
而加入微信群的都会自动升级成会员
从企下海，由小做大，最终还是把心血都倾注在了小店上
闲时的小店忙个不停
“小店是有温度的地方，倾注了人情味他就会给你回报。”杨哥说
说来也奇怪，周边社区离着都不算近，可居民就是认准了这地儿

文 | 惠仔
采访 | 惠仔
编辑 | 晓清
图片 | 惠仔

在奥林匹克公园旁边有一家奥金星超市，店主是一位地道的安徽大叔，作为60后的他，在零售行业中已经摸爬滚打了20年，从企业到下海，扔掉铁饭碗的杨哥在零售行业又重新找回了第二春。

不久前的一天，惠仔走进了奥金星超市。第一感觉，店面虽然不大，但是商品摆放整齐有序，重点突出；第二，店里气氛说不出的温馨，品类也极其全，虽然是下午三四点，但人流就没断过。看得出，这效益不是一般的好。惠仔心中也有疑问，一个位置离居民区有一定距离的超市怎么能将消费者黏合的这么紧，带着疑问，惠仔见到了店主杨哥。杨哥很健谈，一番寒暄后，便与记者聊起了他的生意经。

认准的事就一定会去做

“我性格比较倔强，只要认准的事就一定去做，而且一定要做出个样子。”杨哥说。

九十年代，过了而立之年杨洋走出了企业的大门，开始进入改革社会的浪潮中，开启了人生新阶段。主动将铁饭碗丢在当时是很让人不理解，但市场经济指导下的消费已经开始复苏，杨哥正是敏锐的看到了这一点。“经历了物质匮乏的年代，我就对零售行业特别感兴趣，平时会经常跟身边的朋友互相交流对零售行业的观点和认识。当时就觉得这一定是下一个趋势。”杨哥对惠仔说。

奥金星超市换过几次地址，但都在亚运村附近，谈起为何将店址选在这里，杨哥谈了谈自己的思考。“首先是考虑人流量，这边虽然离生活区有一定的距离，但是连通着学校、鸟巢及几个大学，算是交通要道，而且方圆两三公里没有第二个便利店，这就是优势。其次是消费人群，这边的消费人群消费能力极强，最后就是租金，这里的价格、空间、位置都相对合适。我把证照都弄齐了，跟居委会的关系也照顾好，所以外在的压力也少。”杨哥说，“而且当时我就发现，附近的小区特别是高档别墅区虽然还在开发但却密集，以后客流量应该不会少，顾客消费水平也相对高些。”



诚信是做好经营的根本

“做生意，没有捷径可走，必须脚踏实地，一步一个脚印。其中，坚持诚信是做好经营的根本，让顾客得到实惠是最重要的一点，这一点我们与惠民网的宗旨是一致的，这也是我为什么是最早就跟惠民合作的原因之一。”杨哥说。

坚持诚信经营，奥金星不光是这么说的，也是这么做的。为了保证商品质量，超市一直坚持从惠民这样的厂家直供平台进货，对每个顾客，只要成本允许的情况下，杨哥都会抹零，这附近的消费者也很买账。“在经营中，我一直坚持明码实价。实实在在的价格稍微买多些就抹零，顾客能明白，包括拉群入会员给送货也是为顾客着想的手段。”

在采访过程中，店里的手机铃声不时响起，原来是老顾客向他咨询店内商品情况。“如今，我的店铺大部分是回头客，他们大部分是附近小区的居民。还有很多附近学校的学生和写字楼的白领，当大家互相熟悉了之后，我拉了一个购物群，慢慢的一个群变两个，两个变四个，两千人在群里叽叽喳喳感觉很融洽，微信发达了，他们会直接给我转红包，然后发地址说需要什么，现在我一个人已经照料不过来了，雇了三个店员，就这样50平米的店还是感觉忙不开。”杨哥说。

重视累积效应

杨哥很重视店里的点点滴滴，比如随着准备着的热水，配钥匙服务，福彩机等等，不仅增加着店里的收益，更让居民实实在在感受到便利。当杨哥淡淡说出50平米的小店日流水过万时，惠仔明白这既得益于他勤于思考的良好习惯，也得益于他脚踏实地的做事风格。而以此积累起来的丰富的经验、有效的技巧、良好的人脉等，使店铺经营蒸蒸日上。

从认真倾听中商惠民客户经理的指导，到积极与消费者、业务代表交流反馈，再到现在的拥抱互联网，接受新思维，杨哥用心做事的风格让自身的经营技巧不断丰富。俗话说，技多不压身。搞经营就得多问、多聊、多学，懂得多了，小店经营才能更有底气，更有效果。





时代在变，城市在变，消费者和消费习惯在变，小店也在转变，变得越来越贴近生活，也逐渐在由卖方市场向买方市场转换，周敏跟随企业从回龙观转战到了燕郊，作为第一家中商惠民加盟店的店主，周敏有着很多自己的感悟。

周敏十年前开始进入便利店行业，与所有传统小店一样，总需要推着小车天不亮就到批发市场进货，为此店里常常需要多一个人手，为了少跑几次，库房也占了小半个家，陈列基本需要靠堆积，能用的地方都用了，那时候全国都这样。“那时候确实比较辛苦，拿到手的都是3批4批经销商的货，单独一个经销商的货还不齐，得找好几家采购，一耗就是一上午，等回到家赶紧码货，这一天就过去了大半天，最可气的是遇到假货。很多时候通过包装根本分不清，当人家买完后找过来，才弄的灰头土脸里外不是人。”周敏说着，不忘将身边的商品仔细罗列，常年养成的习惯让他保持了实时补货的习惯。

开始虽然辛苦，但周敏终于积累了自己的第一桶金，社会在进步，便利店行业同样在与时俱进，供需的转变让进货方式也发生了变化，最显著的就是几年前经销商开始送货上门了，虽然订货少，但经销商集齐几家后还是会送到店铺。“那时候生意好做了许多，但很多时候货品要隔好几天才到。尤其到夏天，经常耽误事儿。而且随着大商超的兴起，小店当时的劣势蛮明显，虽然你质量很好，但价格和种类跟大商超完全比不了。”周敏认为，小店间打价格战往往是伤敌一千自损八百，非长久之计，恶性竞争对自身也是毁灭性打击，必须走出一条有差异化的路来，周敏想着从服务和多元化入手。

13年，当时新崛起的中商惠民找到他的小店，双方一拍即合，从此周敏不用每天再担心货品质量和售后等一系列问题，原先的库房早就放了货架，东西不在散乱，以品质与性价比主打的商品慢慢得到了附近居民认可，逐渐与旁边的店形成明显差距，电商的进入也让周敏成为了最先尝到甜头的人。当15年底中商惠民提出加盟店计划时，周敏毫不犹豫的选择了加入。选址、装修、陈列、营业，短短几个月时间新店便在燕郊开了起来。“说实话，刚开始心里也在打鼓，燕郊这个地方是著名的睡城，房租也不便宜。开始一天才有几百块钱的流水，但是连锁加盟给了特别大的支持，做活动的物料、促销的给力商品，慢慢让小店有了人气，各类的经营指导让小店稳定了下来，通过商品+服务两条腿走路，现在每天可以做到五六千的流水，期待未来可以越来越好。”

科技、经济迅速发展，给便利店插上了腾飞翅膀，主打差异化的店铺越来越得到消费者的认可，品质化的经营和服务更让消费者有了家一般的温暖，而每一个有温度的中商惠民便利店都像一扇城市的窗户，光芒终将照亮千家万户。

带你快速认识促销 (下)

文 | 连锁加盟

上期我们对促销的概念有了一个简单的了解,下面就详细聊下满就(送、返、减)的方式,抛砖引玉,希望对您有所启发,最后献上促销方式大全,具体的玩法不尽相同,大家可以参考。

一、促销的手段五花八门,但关键要把握如下几点:

1. 价格促销的绝大多数受益者是为便利店创造主要销售额的常客,这些常客通常就是价格促销的目标受众,所以便利店的价格促销的目标主要应以提高常客的满意度和忠诚度为主。
2. 便利店的企业形象、店面形象、信誉等都是影响消费者选择的因素,所以促销不应仅仅以提高营销额为目标,应着眼于长远,应在促销的时候注重企业形象、信誉等的提升。
3. 便利店的店铺规模一般都比较小,客流量也有限,单一的店铺里的促销活动很难像大超市那样热闹,影响到的消费者也很有限,因此便利店的促销活动应充分利用连锁的优势,形成规模效应。
4. 便利店在促销上应更加讲究艺术,要达到花小钱大效果的目的。又因为都是常客,这就要求在促销方式、内容以及手段上要经常变换,既要新颖又要给顾客惊喜,且不可总是用老一套的办法。
5. 便利店经营的商品通常是家庭日常必需用品,需求弹性很小,这类商品如被选做特价商品进行促销是起不到好的效果的,因此便利店在特价商品的选择上要慎重,要选取那些需求弹性较大的,真正能给常客带来实惠的商品,只有这样才能提高重复购买率。
6. 要做好促销后的检查、审计工作,通过核对和分析促销期间的销售变动情况总结经验教训,这样一方面可以进一步加深对便利店经营和消费者的购买行为的认识,另一方面为以后的促销活动提供参考。

二、满就(送、返、减)方式的解析,抛砖引玉

我们经常能看见的促销方式也五花八门,满就(送、返、减)也是用的比较多的手法,今天详细讲解下,有了一定的理论知识,在以后做促销时也有了思路。

满就(送、返、减)是适用于想提高客单价的促销手段。所以我们说,满就(送、返、减),目的是“满”,而不是“(送、返、减)”。

满就(送、返、减)分为满多少数量后和满多少金额后就(送、返、减)。只有数量在消费者能够接受的范围之内,满就(送、返、减)才能发挥提升客单价的效益。买满的条件,是经过精确计算的数字,是整个促销的精髓,不是客户随便可以达到的,也就是“跳一跳就可以够得到”的类型。一般是客单价加上10%-20%,然后设置一个好传播的数字,比如19、39、66、99……

那么送什么,减多少,返什么,都有什么需要注意呢?

1. “送”的东西,属于那种能招人喜欢的东西,最好是有个大家都知道的还算不错的牌子。所以,大致的选择原则是:听起来不错的、实用的东西、实际价格和看上去的价值相差比较大的。也就是采购价其实很便宜,或者是不好估价的东西。送的礼物卖家也可以设置成店铺的优惠券,这样就为做二次销售做好了铺垫,也有利于店铺的长足发展。

2. “返”的额度,这个额度必须诱人。计算时要包括二次消费的使用情况。返的东西,使用限制一定要少。返的往往都是一种机会,我们的目的是让人“拿着券”再消费,所以,这是一个“增加购买频次”的促销手段。如果客户不断在算以后怎么用返的东西的话,那么你现在这单交易都很难完成了。但很多商家过分强调了“返”的东西的用法,同时,返的东西当场不能用,让客户觉得被胁迫。

3. “减”,比如满400减40,很多人就以为是打九折,那如果购物花了430呢,所以正确的折扣算法是, $1-40/(430-40)=0.897435$ ……所以“满就减”可以玩出很好的效果。如果“满”的条件做得够科学,就会有更多的人增加客单价。同时,“满出来”多少,才是商家真正要做文章的地方。这三种方式说了个大概,我们会发现每种都有其特点,针对的人不一样,最佳使用时机不一样。

三、促销方式大全

(一) 定价促销

1. 统一促销: 全场2元
2. 特价式促销: 一元拍, 仅售X9元
3. 满额促销: 满就送、满就减、满就返

(二) 附加值促销

1. 服务型促销: 0元配送、以旧换新
2. 故事性促销
3. 承诺式促销
4. 口碑式促销: 邀请式、返利式
5. 榜单排名式: 什么品牌淘宝排名第一
6. 品牌型促销: 品牌广告语

(三) 回报促销

1. 免费式促销: 免费试用、免单
2. 回扣返利促销: 满就减、减现金
3. 拼单折扣: 满几件就送、团购价

(四) 纪念式促销

1. 节日促销: 各节假日
2. 会员式促销: VIP 特价、会员日、买就成为会员
3. 纪念日促销: 生日特惠、店庆特惠
4. 特定周期促销: 每周二上新, 每月一天半价

(五) 奖励促销

1. 抽奖式促销: 购买抽奖, 抽取幸运顾客
2. 互动式促销: 签到有礼, 收藏有礼
3. 优惠券促销: 优惠券、抵价券、现金券

(六) 借力促销

1. 利用时事热点促销
2. 明星促销
3. 依附式促销: 双十一余热还在

(七) 临界点促销

1. 最低额促销: 低至五折, 全场两折起
2. 最高额促销: 最贵50元、50元封顶

(八) 另类促销

1. 悬念式促销: 不标价, 猜价格
2. 反促销式促销: 高价促销: 只卖最贵的;

原价促销: 坚决不打折

(九) 名义主题促销

1. 首创式促销: 网购狂欢节
2. 主题性促销: 感恩回馈

3. 公益性促销: 涌泉相报

4. 配合平台的主体性促销

(十) 时令促销

1. 清仓甩卖: 夏末、季中、反季
2. 季节性促销: 夏装热卖

(十一) 限定式促销

1. 限时促销: 秒杀、今日有效
2. 限量促销

3. 单品促销

4. 阶梯式促销: 第一天某品, 第二天某品

(十二) 引用举例式促销

1. 产品卖点促销: 优质产品、功能促销
2. 产品特性促销
3. 效果对比促销
4. 新品促销

(十三) 组合式促销

1. 搭配促销: AB 一起买半价
2. 捆绑促销: 买A送B、加一元多一件
3. 连贯促销: 首次购买全价、第二次两件半价

双十一囤货季

可口可乐

超级

品牌周

— 爆款直降 · 超值5重礼 —

一重礼

特价商品 限时秒杀

二重礼

满就送 欢乐送不停

三重礼

精品套餐 立减购

四重礼

单品回馈 感恩返券

五重礼

礼上礼 满就返

Coca-Cola



美汁源果汁专场
满100元，赠送1箱
1*12装550ml冰露水

美汁源®



细节决定一切

在保障单品价格优势前提下，提高客单价的主要途径就是提高顾客的购买单品数。如果每个顾客平均多购买两个商品，就相当于每天又增加了不少顾客。一起看看在怎样细节方面，顾客容易产生多购买商品的冲动！

1、主动把购物车交给顾客

某家知名超市开业时，门口只有购物车，没有购物篮，当时许多人不理解。站在投资角度，购物车成本要远高于购物篮，难道这家超市不懂成本控制么？

其实不然。我们有时会看到，顾客左手抱一提卫生纸，右手拎一桶食用油，同时还要杂耍般对付几包零食，以免它们从手臂上掉下来。如果在顾客进入超市时给他们一辆购物车，他们的心理就会发生变化，尤其是对于闲逛型的顾客。

第一，他们会觉得自己也应该买点什么，不然推着一个空车走来走去不是很好看；第二，只要把一件商品扔进车里，闲逛的人就开始改变主意了，最后他们也许会变成消费最多的顾客。

为了能让更多的人推着车走，最好在购物车领取处附近安排一个服务员，当顾客朝着购物车走去时，热情地给他们一辆车。这个动作很小，但顾客会很开心，因为这体现了对他们的关心。既可以让顾客满意，又能提高销售额，为什么不呢？

不过，总有些顾客不肯推车或拿篮子。可是，他们会这样一直走下去吗？所以，只要看到顾客拿着 3 件或 3 件以上的物品，就给他们一个购物篮。这就对购物篮的摆放位置提出了要求——这些位置需要测试。在主动线的一些位置放上购物篮，每次销售高峰过后，看一看哪里的购物篮被拿走得最多，说明哪里最需要放置购物篮，时间一久，就找到了最佳地点与最佳数量。

有人曾经做过试验，顾客空手进入卖场，最多购买 4 件商品；当他拿上购物篮后，平均购买件数成了 5.5 件；当他把购物篮换成购物车之后，平均件数上升为 6.5 件；主动线上分布一些购物篮之后，平均件数上升为 8 件。

2、组合套餐

例如：冬季的火锅节，把锅底料和小料以及羊肉捆绑销售的组合套餐。

当然，组合套餐的定价就很有学问了，不是简单相加两个商品原来的售价，而要体现一定的组合优势，让顾客在“觉得划算中”不知不觉提高客单价。

结合相应的节庆及活动营销主题，准备相应的商品组合和特别设计的礼盒。别看一个个花费不大的盒子，它们不仅更好地满足了顾客需求，还有效提高了客单价。

3、价格战如何做买送

“购物满 A 就可获得 B”，其力度要考虑两个因素：一是客单价，一是毛利率。

考虑毛利率，主要是为了决定送出 B 后，我们会不会还有利润。促销活动要提高客单价，A 这个数字要适当高于客单价。如果门店的客单价平均为 60 元，那么就可以“单票买满 80 元就赠送或低价购买某些商品”，提高交易金额。

因为如果 A 只有 50 元，则几乎人人部可以享受到这种优惠，对客单价的促进作用不大，最多吸引一些客流。反过来，如果略高于客单价，则正好可以刺激顾客把单价抬高到 80 元以上。

在这种买赠活动中，赠实物与赠券是有一些差别的。如果是实物，就要定得稍微高于客单价；如果是购物券，总体思路不变，但在核算上要复杂些，因为购物券是刺激连带消费的，不能简单高于客单价，就要在 B 的确定上与品单价错位——因为购物券在消费时是不找零的，不足部分还要补齐现金，这样才利于提高客单价。

比如，你送的 B 数字是 200 元，品单价是 198、200 元左右的商品一大堆，你这次活动就没有太大意义，纯粹让利，除非你没有 200 元左右的商品。

所以买送赠券时，尽量不要变动 A，而是要根据商品价格状况在 B 的大小上调整，这样才能刺激多买，提高客单价。

4、关联陈列

平时，提高客单价的重要方式就是“关联陈列”，即根据商品与商品之间的关联因素以及顾客的消费习惯，进行合理陈列。

把面包和果酱陈列在一起，方便面旁边搁上火腿肠，把大量两三元的小家庭用品堆积在一起，或在生鲜区陈列一些调味盒、清洁球等，都可能是好主意。

通过这些手段，不花一分促销成本，把顾客平均购买商品由 4 件提高为 8 件，何乐而不为？

5、延长客动线增加购物机会

目前很多超市的布局并不能理想化地设计，这就需要我们妥善利用现有的条件，让顾客尽可能在卖场内逗留得久些。

1、铁锈克星



可口可乐是铁锈的“天敌”。如果您有一堆小零件需要除锈，把它们在可乐里泡一夜，早晨起来给它们“洗个澡”就OK了。你也可以在有锈斑的镀铬物表面涂上一层可乐——砂布上也来些，然后转圈打磨，即可除锈。

2、清洗马桶



可乐中含有的酸性成分可以清除掉马桶内的污垢。在马桶中倒一圈可乐，再用清水这么一冲，马桶就焕然一新了。

3、洁窗助手

如同上一项的作用机理，可乐中的柠檬酸是清洗窗户的好助手。这对经常受顽固油腻物影响的车窗特别有用。将可口可乐均匀喷洒在窗户上，静等片刻，最后用湿布擦去窗子上的可乐。



4、锅底除黑



有时候锅底会出现一薄层黑色物质，很难清洗掉。这是由于过度烹煮或高酸性食品所引起的变色。为了消除顽固黑斑，恢复原锅新貌，只用向其中倒入一罐可乐(或者只要刚好覆盖着变黑的地方就行)然后放在火炉上。大约一个小时之后，把锅清洗干净就行了。

可口可乐的那些隐藏技能

可口可乐不仅是一种非常好喝的饮料，它还有许多巧妙的用途。让可乐除了是你大口畅饮的饮料之外，还能另外化身成为居家清洁的神奇小帮手！

5、清洗衣物

衣物上的油渍是公认最难清洗的，然而去污剂可能又非常贵。这时候将一罐可乐连同普通20遍的洗涤剂一起倒入



洗衣机中，然后转一个周期就OK了。这种方法对清洗血渍也十分有效，同时还可以去除衣服上的异味。

6. 护发



可口可乐也是不错的护发素，把可乐抹在干净的头发上，然后用水冲洗，会发现头发顺滑了很多，使用可乐洗头还可以改善发质。而且在染发之后发现颜色有点重，用可乐洗头就可以让你的发色变浅一些。

实名认证享福利

实名认证后可获得权益

- 1、实名认证后可以开分店（增加收货地址）
- 2、惠花、赊销等金融业务权利
- 3、线上申请开发票（即将上线）
- 4、生日福利

实名认证操作步骤

打开客户端 → 商户中心 → 账户管理



账户管理 → 实名认证



填写店主真实姓名及身份证号码 → 确认提交 → 完成



注：①认证信息必须填写正确
②身份证照片必须清晰

中国体育彩票 送金福

惠民合作门店首迎福

为扩大体育彩票购彩群体，提升体育彩票顶呱刮品牌认知和品牌影响，促进即开型体育彩票(以下简称即开票)销量增长，体育彩票总局中心拟定于2017年10月23日—11月19日(4周)在全国范围内组织开展一次针对购彩者的奖上奖营销活动。

活动内容为：活动期间，用户在全国任意体彩销售网点购买指定的3款体彩即开票，即：巧克力(5元)、天下名钻(10元)、20倍现金(20元)，单张彩票中得1000元奖级的，经销售网点兑奖设备(IVT或BCR等)完成兑奖，并将中奖彩票剪角处理后，可额外获得价值约2400元左右的8克金条1根(含金量：9999%)。

编辑部 奇怪顾客们的故事

文 | 惠仔

十一放假回来，惠仔彻底肥了一圈儿，爹妈一年的存货都往惠仔肚里塞，塞的脑满肠肥，惠仔还不亦乐乎。相信广大白领都有同样的感受，不知道各位店家大人的孩子是不是也这样度过了忙碌却又温馨的十一假期。

众所周知，新时代的编辑部以脑洞大开著称，当然，也会遇到很多世界上最痛苦的事不是si，而是在我们忙得鸡飞狗跳的时候，领导气定神闲地来了一句：“都停一下哈，我们开个内刊短会。”

“又开会！还有好多事啊~”“内刊没写完啊，外刊还在搞啊。”“媒体还在对接，图还在修。”“这把还没好啊！额，领导别上手打啊，不是这把游戏，我是说为您身体健康着想而修复的这把座椅马上就要修好了！”

当我们一片哀嚎时，领导当然假装什么都没听到，该来的会议sei都逃不掉…，会议直接从茶话会主题开始讲起，标题便是“是什么让我们在职场变得不开心？”。那啥，这么好的天，大家应该多运动，多见阳光，总窝着也不像回事，诶，你说你像话么，我刚说一会儿你又趴下来了，说着帮助这位困觉的小伙子直立起来，而后贴心的勒紧了围脖。领导动情的讲到，“是什么让我们变得不开心，是没有动力啊！是懒惰啊！更是没有下到一线啊！”随即大手一挥，呼吁了起来。声情并茂的呼吁大家一齐支持公司发展，健身又健康，我们中商惠民。。。 (八荣八耻社会主义唐宗宋祖盘古---巴拉巴拉啦---)

于是惠仔这个月也没有逃避去帮忙小店的经历，各位店家都知道中商惠民连锁加盟事业部吧，对对对，就是那个发福利，教经营，推进各类中商惠民政策的大部门！今天惠仔就给大家盘点一下这次售货碰到的奇怪顾客们，并综合成了几个类型，不知道跟众多店老板们有没有共鸣~

领导巡视版

总有那么一个人进屋后什么话也不说。到处巡视一遍，然后回来问你：方便面在哪？可是，亲！方便面就正对门口的货架上啊。

“看不见”版

这哥们儿进店里左看右看，上看下看。就是不看老板！然后问他要什么，他回答一个字“烟”，可烟就在老板身后啊！

惜字如金版：

小哥进店买烟，一进来他就看见了，然后就仔细的盯着看，看，还是看！…………五分钟后他说一个字“烟”。

“什么样的啊？”

“云烟”。

“几元的呀？”

“十元”。

“软的硬的？”

“软”。

有问有答有木有？傲娇宝宝有木有？？？

拖延症版

这类顾客进来的时候，店里就他自己，就一个人慢慢的挑着东西，可是等过了一会儿人多了，店主这正忙着呢，他拿着两样东西风风火火的过来了：“老板，给算一下账，快！公交车要来了”

然后，再扔给你个一百的（也不是花假钞的），在那一边看着外面，一边不停的催你快点儿找钱
想知道店主此刻的心理阴影……

同行探子版

还有一种人，有时两个或几个人，进店后也是不说买什么。

你问他他就说随便看看，还真是随便看看，恨不得每样东西都拿起来仔细的观察，问问价，也不说贵或便宜。

每种牙膏只要能打开盒的都打开，拧开盖子再看看，闻闻，然后装好，也不管是从哪拿的，随便一放。

洗发水打开看看，闻闻然后放下，转了几圈最后什么也不买走了，真怀疑他们是不是别的超市派来的探子。

惠仔又度过了辛苦的一天，不过想起各位店老板每天要无数次的遇到这些问题，还是要跟你们道声辛苦，开店不易，守店更难的艰辛惠仔通过这几次的下小店活动已经体会深刻，在这里再次希望中商惠民能越来越让店家大人们满意，是的，我们在努力！



对方不想和你说话
并向你扔了一瓶敌敌畏

学做家常菜的好助手

厨

下厨房

下厨房是一个提供了食材食品、厨房用品购买与菜谱查询、分享的移动应用。人气最高的美食社区，被央视CCTV新闻频道报道为年轻人流行的生活方式APP。



——主要功能——

根据不同节气，告诉你应该吃什么，三餐不重样；你发布的菜谱，会获得最真实的朋友点赞，交流心得提升厨艺；定期与品牌联合发布线上和线下活动征集令，赢奖品；联合达人推荐，帮你挑选最有品质的食材和厨具，瞬间成为身边人仰慕的美食专家，喜欢美食的朋友可不要错过。

美食天下

美食天下

美食天下是一款非常实用的菜谱软件，菜式很全，美食天下中有详细的制作步骤，图文并茂，让你能够一步步的学习最终完成佳肴，无论是做菜高手还是新人，都有可以学习的东西。



——主要功能——

美食天下拥有数千万条菜谱收藏记录，几百万条来自大众的菜谱点评，仅单品菜谱浏览都可以超过70万浏览量和超过1万的评论参与，超过300万美食家，就在你手中！

豆果美食

果豆美食

豆果美食目前已经发展成为国内外华人较为领先的美食互动社区网络。具有厨艺交流、美食分享、免费手机美食菜谱、生活资讯。



——主要功能——

发现食谱，满足对美食的一切幻想；潜水收藏大师做菜心得，或是火热参与美食话题奇葩讨论；垂直社交法则，找到听懂美食声波的伙伴；世界名厨、美食达人传授独门秘籍，万人在线课堂打破“好吃不好做”的魔咒；一键购买，下班路上高效网罗全球美味；良心价格，逛遍市场也淘不来的安心食材。

超市转让信息

转让 芙蓉兴盛便利超市

地址：北京市朝阳区十八里店老君堂

面积：60㎡

租金：6000元/月

转让费：面议

联系人：常先生

联系电话：18510122331

周边大型公寓还有酒店，现在做的加盟品牌店，房租一年一交，合同直接和房东签署，店内货品齐全。客源稳定，门口摊位都已出租，可分担部分房租，另还有一个门脸也可出租，也可以卖水果蔬菜，利润会更好。有意者实地考察。

转让 烟酒便利店

地址：北京市顺义区后沙峪镇

面积：100㎡

租金：3300元/月

转让费：面议

联系人：叶女士

联系电话：13671173479

本店主要以周边小区、公寓、村庄为消费群体，人流量大，八年的老店，货品种类齐全，不用自己理，接手即可盈利。房东人也好，续约没有问题，一天的流水抵一月的房租，想回老家发展，诚心想做店是非常好的选择。

转让 长阳超市

地址：北京市房山区长阳议庄村

面积：330㎡

租金：4200元/月

转让费：面议

联系人：吴先生

联系电话：18134330333

5年老店，紧邻公交站，房租比周围的都便宜，房租一年8万，年付，店门口分租出去一部分，可以分摊房租，一个月纯利润六万没有问题。接手即可盈利。

转让 烟酒茶超市

地址：北京市东城区和平里

面积：160㎡

租金：27500元/月

转让费：面议

联系人：李女士

联系电话：13311296998

本超市刚装修不久，以烟酒茶日常用品为主，日流水8000左右。附近有4家大酒店、3家国企单位、还有住房几千家。在过街天桥下面，位置非常好。因自己儿媳要生孩子，无奈转让。吃住一体的正规底商，不会拆封。烟证刚续签3年。

转让 长阳超市

地址：北京市房山区长阳议庄村

面积：330㎡

租金：4200元/月

转让费：面议

联系人：吴先生

联系电话：18134330333

5年老店，紧邻公交站，房租比周围的都便宜，房租一年8万，年付，店门口分租出去一部分，可以分摊房租，一个月纯利润六万没有问题。接手即可盈利。连货带店内设施一起转，经营时间长，有稳定客源，来店之前来电，避开忙的时间。

转让 烟酒特产

地址：北京市朝阳区十八里店忘归酒店基

地

面积：30㎡

租金：2000元/月

转让费：面议

联系人：熊先生

联系电话：17611482628

本店位于朝阳十八里店忘归国际酒店对面，此店已经营多年，针对的都是外地游客以及周边公寓和KTV等等。

转让 积水潭桥南超市

地址：北京市西城区积水潭桥南公交站

面积：50㎡

租金：6000元/月

转让费：面议

联系人：谭先生

联系电话：15001150983

商业区正规底商，门口公交站牌，南邻积水潭医院北门200米，北邻2号线地铁口，周围商圈写字楼、社区众多，人流量非常大，接手即可盈利。有营业执照，烟酒食品执照都有，现连同货物烟酒一起转让，欢迎来实地考察。

转让 烟酒特产

地址：北京市顺义区后沙峪镇

面积：100㎡

租金：3300元/月

转让费：面议

联系人：叶女士

联系电话：13671173479

本店主要以周边小区、公寓、村庄为消费群体，人流量大，八年的老店，货品种类齐全，不用自己理，接手即可盈利。房东人也好，续约没有问题，一天的流水抵一月的房租，想回老家发展，诚心想做店是非常好的选择。

转让 烟酒茶超市

地址：北京市丰台区卢沟桥永合庄

面积：70㎡

租金：1500元/月

转让费：面议

联系人：王先生

联系电话：15201493354

本店交通便利，临近公交车站，周边有龙胜丰物流中心、大型公寓、社区、酒店人流量密集。本超市已经营十多年了，店内可住人，接手即可盈利！

2017年11月十二生肖运势



属鼠人2017年11月运势：
寻获良机，逆袭上位

子

本月完全是属鼠人表现自己才能的一个绝佳时机。他们会利用一切资源来处理上司布置的任务，得到上司的赏识，成功上位。但是会因为进展太快而招小人嫉妒，所以行事还是要注意些。任何事情都需要循序渐进，太过浮躁的做法反而会影响自己的财运。



属兔人2017年11月运势：
注意细节，扶摇直上

卯

本月属兔人的工作运势不错，尤其是容易得到领导和同事们的认可，在自己的领域有一次很大的跨越。但在工作时需注意细节问题，避免因粗心而犯下错误，失去时机。健康方面却容易发生一些小毛病，尤其是流感，建议多加运动，时时关注天气。



属马人2017年11月运势：
变化颇多，阻滞不前

午

属马人这个月是相冲月，容易和身边的人发生争执，变动过多，建议要学会调理好自己的情绪，不要因为情绪化而伤害了身边的人。事业方面会因为动荡过大而出现阻滞不前的局面。要及时调整好个人心态，稳住当前局势。健康方面需要去医院做定期检查。



属鸡人2017年11月运势：
运势回暖，争执不断

酉

属鸡人本月运势相对上个月来说会有所升温，尤其是在财运方面会得到不错的意外收入。但是感情方面会因为长时间对伴侣的忽视而产生摩擦，引来伴侣的不满，建议要多和伴侣进行沟通，感情才能长久。不要太过无理取闹，感情最后容易被自己给作没。



属牛人2017年11月运势：
谦虚低调，步步为营

丑

可以说这个月对于属牛人来说不太平，太多烦心的事情接踵而至。工作上容易挤入别人的纷争中，爱情上也会和伴侣产生矛盾，生活上易有些小事故出现，困扰不断，因此本月里极需谦虚低调行事，安稳度过。健康方面做好定期检查，减少意外伤害发生。



属龙人2017年11月运势：
情事渐变，患得患失

辰

本月对于已有家世的属龙人来说颇为不太平，他们容易和自己的伴侣发生冲突争执，感情变淡，建议要多和自己伴侣沟通，免得感情会渐渐流失。健康方面需格外注意出行安全，任何事情都需要谨慎对待，避免因意外事故而受伤。保守为上是最优选择。



属羊人2017年11月运势：
顾此失彼，重拾甜蜜

未

本月属羊人的感情运势低迷，容易因为过多的工作任务而忽略了自己的伴侣，发生一些变数，建议工作和生活要做到一定程度协调，以免顾此失彼。财运不济，有破财局面出现，不宜轻易做出投资的决定或赌博，容易损耗本钱。尤其需要谨慎对待理财方式。



属狗人2017年11月运势：
偶遇贵人，大展宏图

戌

本月属狗人较为旺盛的绝对是财运，偏财正财都会有所收入，尤其是偏财，建议可以进行小额度的投资。事业方面也有上升的迹象，因遇贵人的协助，使得你的事业宏图得到开展。感情方面家宅运低迷，为人子女易与父母发生矛盾，学会忍耐不与家人争执。



属虎人2017年11月运势：
运筹帷幄，渡过难关

寅

属虎人本月工作和生活上都会得到贵人的帮助，逢凶化吉，但因工作压力过大，还需选用恰当手段，运筹帷幄，渡过难关。财运一般，特别是在投资上容易出现偏差，建议不要太过贸然前进。由于本月是多劳少得的月份，建议要懂得合理理财，及时收手。



属蛇人2017年11月运势：
诸事平稳，维稳而行

巳

本月属蛇人的整体运势相对平稳，尤其是在工作上并没有什么重大进展，维稳而行是他们这个月的所有工作方向。但是在财运方面却因为开销过大而引起资金短缺，所以要懂得理财。健康方面身体一些旧疾在本月容易复发，所以要及时调整好自己的身体。



属猴人2017年11月运势：
时刻清醒，抓住机遇

申

本月属猴人的运势顺遂，事业方面虽然会遇到一些困难，但只要保持理智头脑就可以解决掉眼前所有难题，扩展宏图指日可待。财运不佳，易有破财运，所以不宜启用资金进行投资或是短炒买卖。健康方面容易受伤跌伤，因此需格外注意出行家居安全。



属猪人2017年11月运势：
破财消灾，稳妥为先

亥

属猪人本月运势相对低迷，尤其是财运方面不佳，面临着破财的趋势，所以在投资方面要更加谨慎，建议选取稳妥的理财方式。情感方面则会因为自身的情绪变化而影响恋人的情绪波动，彼此要以一种和谐的心态共处，要懂得坚定自我，不被外来诱惑迷惑。

找出下图 6 处不同



上期中奖名单将会在【中商惠民网】微信公众号中发布



上期找不同答案

如果您能找出全部不同，请用彩笔标记出，并拍照发送至【中商惠民网】微信公众号，同时留下您的超市名称、姓名、电话（一定要留下准确的信息，我们才能联系到您）将会有惊喜哦！我们将会随机抽取5名幸运儿。（2017年11月30日之前参与有效）

答案下期将会公布





双汇金品系列

劲爆你的味蕾

