# 元旦春节狂欢不停 LG 白电给家人的礼物

近几年，元旦春节成为“双十一”、“双十二”电商狂欢节之后又一个庞大的消费市场。以消费者为核心的 LG 电子自然也选择在这个季节带来最大的回馈，让消费者能够以最优的价格享受上好的产品。

从 2015 年 12 月 18 日到 2016 年 2 月 22 日，LG 电子“从心开始 幸福满溢”元春促销活动在全国范围展开。购买指定型号的产品套装即可获得相应精美礼品，让您度过一个惊喜不断的元春佳节！活动详情如下，具体产品型号参见店内海报：

**活动一：**购买两件以上指定产品满 18,888 元赠 POPO 相印机 1 台或蓝牙音箱 1 台；满 28,888 元赠空气净化器 1 台；满 38,888 元赠电视一台。

**活动二：**购买 65 寸以上 OLED 电视或 79 寸以上 4K 电视并搭配蒸汽洗衣机、空间科学冰箱、智能衣物护理机中的任两款产品即可获得获得多达 3 种套餐的好礼。

**活动三：**购买 2 件以上置顶小家电产品满 5,999 元赠 POPO 相印机 1 台，满 8,999 元赠蓝牙音箱一台。

双门中门冰箱，钢净洗衣机，CordZero 无线吸尘器以及 Styler 衣物护理机等智能便捷的家电产品在今年赢得了消费者的青睐。LG 希望通过促销活动让消费者爱上白电产品的同时也为家人带来智能便捷的生活。

**解决家庭食材存储烦恼——LG 双门中门冰箱**

俗话说“民以食为天”，吃对于消费者而言可能是生活中最重要的一环。而对于做家务的妈妈们而言，如何能够将食物整齐有序地放置，并且保证健康美味就成了一门学问。LG 今年重点产品双门中门冰箱，通过两个门中门的设计赋予冰箱更多倍有效存储空间。平时经常需要拿取的食材大可以放置在门中门里，提升便捷的同时还降低了由于反复开启冰箱门引起的能耗问题。在 LG 双门中门冰箱的内部也将冰箱分为了家庭空间和厨鲜空间，让家人的所有东西都能够找到自己的专属空间。内置 99.99% 抗菌过滤器+，可以有效抵挡细菌滋生并防止食物串味。

**给予家人最贴心的呵护——LG 钢净系列洗衣机**

每天和人们接触最为频繁的莫过于贴身衣物了，对于很多消费者而言，洗衣机洗过之后就一定“干净”了。真的是这样吗？实际上在使用的过程中，洗衣机会由于长期运转导致二次污染。LG 钢净系列洗衣机采用全不锈钢内桶，抗菌性极强。强大的净瀑洗功能利用离心力模拟了瀑布的强劲水流来冲刷内桶桶壁，不仅能最大程度清洁衣物上的污垢，还让洗衣机内桶上的细菌无处可藏，内桶的加热功能更让洗衣机的除菌性能大大提升。6 种智能手洗模式，模拟人类手洗的敲、搓、挤、揉、摇、解等动作，让衣物更柔软洁净。

**减轻家务烦恼，一次解决清洁问题——LG CordZero 无线吸尘器**

平常在打扫卫生时，我们总会碰到各种各样的问题：吸尘器的电线不够长，从这屋扫到那屋需要来回换插座；吸尘器电池不够用，经常扫 20 分钟充 3 个小时；吸尘器的吸力不够大，打扫屋子很费力…对于这些情况，LG CordZero 无线吸尘器都可以完美解决。全球首创的 CordZero 无线卧式吸尘器彻底摆脱了电线的束缚，不用再弯腰插拔插头；智能跟随系统可以让吸尘器主机像小狗一样跟在使用者身后，不再到处搬运，实现真正的省时省力。CordZero 无线卧式吸尘器超强的吸力能够吸附重达 3.5KG 的饮料，对于藏匿角落的灰尘细屑等污染物更是一网打尽。

年末将至，是时候为自己，为家人选购一系列智能便捷的家电作为礼物了！赶快登陆 LG 官网或到各大家电市场进行挑选吧。

# 百合网为方太“招婿” 或将跨界深度合作

近日，方太电商携手百合网推出“方太女神，百合招亲”活动。以公司的名义与百合网合作，为其女员工“招婿”。此举一出，除了惹人羡慕之外，还引发了人们对这次跨界合作的关注。

在刚刚过去的双十一购物节中，方太战绩颇丰，双 11 当天，各电商平台总销售额超 2.5 亿，位列厨电行业前茅。余温刚过，方太电商就对节日前后忙得不可开交的女员工发出一份“招亲”福利，浓厚的人情味一时间羡煞旁人。活动信息一经曝光，引来点赞无数。

据悉，此次活动包括线上线下两个环节，方太电商为百合网提供优质的“女神”，百合网则依靠强大的资源优势为这些“女神”招亲。

刚刚结束的线上招亲活动，涌现了众多优质男会员，接下来将参与 12 月 26 日在上海厨电馆举行的线下招亲。届时，男女搭配，将共同制作美食，有幸享受有料有味道的约会。同时，也将有机会尝鲜“家”的幸福感。

从行业地位来看，方太一直专注于高端厨电领域，坚持“专业、高端、负责”的战略性定位，在业内当属高端厨电领导者。而融资 15 亿成功挂牌新三板的百合网，拥有很高的用户认知度和美誉度，在婚恋行业占据翘楚地位。强强联合，品牌效应势必更加明显。

方太负责人表示，二者在核心理念上的不谋而合，是合作开展的基础。方太的使命是“让家的感觉更好”，提供高品质的家用产品，倡导有品位的生活方式，让千万家庭更加幸福。百合网则以“帮助亿万中国人拥有幸福的婚姻和家庭”为己任，提供高效、便捷而优质的婚恋服务。双方联手，有益于发挥物质和精神两个层面幸福的补缺作用。

# 加息后美元行情将逐步向空头演变

近日美联储一如预期宣布从当地时间 12 月 17 日开始将联邦基金利率提高 0.25 个百分点，新的联邦基金目标利率将维持在 0.25% 至 0.50% 的区间。美联储会后声明称此次加息之后货币政策仍然保持宽松，实际利率路径将取决于经济前景和数据。

虽然美联储对于美国未来的就业做了相对乐观的预期，失业率下调，但是通胀预期还是比较差，下调 2016 年 PCE 通胀率预期至 1.6%，要到 2018 年才到 2% 的目标，这还是基于美国经济继承复苏势头的前提。而事实上，来自于海外特别是新兴经济体的冲击，强势美元兑美国大企业营收的影响以及全球低通胀，都对 2016 年美国经济的复苏打上了大大的问号。

福汇 FXCM 上海咨询中心恽智明表示，美联储这次时隔七年之后加息的仓促性，应该被考虑到未来美元的走势中去，比较理想的情况也是明年 6 月再次加息。靴子落地，利好释放。美联储的鹰派大炮由耶伦点亮，美元多头的美好时光也就一去不复返，未来的做多将以局部的反弹为主，趋势行情会逐步向空头演变，而对应的大宗商品可能在春节左右展开一波反弹。

# 小儿难养？新手爸妈请“听宝宝的话”

家有宝宝的新手父母常常感叹小儿难养，但每个宝宝都会通过表情、肢体语言等来表达不同的需求。所以不要总嫌宝宝“不听话”，请先”听宝宝的话“。

哭，是婴幼儿表达需求最常见的一种方式。据统计，初生婴儿平均一天要哭 2 个小时，在 1～2 周大时，宝宝经母乳喂养饱餐一顿后，往往能保持 2～3 个小时不哭，所以母乳喂养 2 个小时后若哭闹，最大的可能是因为饿了；6 个月以上的婴儿，哭闹的原因也会更多，比如外在环境的不适，情绪上觉得无聊、烦躁等。

宝宝经常用手来表达需求，比如看到感兴趣的东西会伸出手去抓住，吃饱时也会用手推开妈妈的乳房或奶瓶。

在冬季，婴幼儿容易出现脸蛋干红、皴裂等肌肤干燥的状况，这些症状均是宝宝在喊话：我的皮肤薄嫩，冬天比成人还要容易缺水干燥呦。此时，就需要给宝宝多润肤，选择一款安全、有效的婴幼儿专用润肤产品，一日多次涂抹，涂抹的量也要更多，轻轻按摩至完全吸收。在这里，也推荐下启初家的胚米润肤系列产品。其主要成分为初生胚米精华，胚米就是我们通常说的含有胚芽的米，却含有大大高于普通大米的维他命 B 等多种小分子益肤精华，天然匹配宝宝肌肤，小分子易吸收，且能有效强健皮脂膜，提升宝宝肌肤自身保湿能力，给到滋润柔嫩好呵护！

新手爸爸妈妈们，请倾听宝宝内心的声音，再给到相应的爱和照顾！

# 韩流圣诞夜 青春正绽放

“Jingle Bells, Jingle Bells……”，2015 圣诞伴随着欢快的乐声如期而至。大宁国际商业广场独辟蹊径，精心打造一出融合大民星与韩国顶尖“涂鸦秀：HERO”的跨国舞台剧《青春·正绽放》，并借此拉开 2015 大宁国际中韩文化交流节的序幕。大韩民国驻上海总领事馆文化领事、驻上海韩国文化院院长金镇坤先生亲自出席中韩文化交流节开幕酒会并致辞。此次中韩文化交流节将持续进行到 2016 年 1 月 3 日，为消费者提供一次深入体验了解韩国文化的上佳机会。

# 资生堂收购法国香水品牌芦丹氏

日前，日本化妆品巨头资生堂集团宣布，已成功收购法国奢侈香水品牌芦丹氏(Lutens)。在此之前，资生堂集团已与这个法国奢侈香水品牌合作多年。对于此次收购的具体金额，资生堂方面并未透露。

事实上，自 2014 年 3 月以来，资生堂就一直在与芦丹氏进行私下谈判。资料显示，芦丹氏由 Serge Lutens 于 2000 年创立。此次收购完成后，Serge Lutens 将继续担任创意总监，并将继续负责同名香水品牌的相关业务，帮助资生堂开展芦丹氏新一阶段的发展计划，包括在全球主要城市开设独立门店等。目前，芦丹氏香水在全球 35 个城市的 2000 家店铺有售，包括零售店、百货公司和香水店。市场估计芦丹氏年零售收入约 1500 万美元，并预测资生堂未来十年可以将该品牌的销售翻倍发展。

今年 6 月，资生堂刚刚代理了英国奢侈品品牌巴宝莉香水的在华销售业务以提升业绩。数据显示，截至今年 9 月 30 日的 6 个月，资生堂集团净利润暴跌 83.8% 至 3270 万美元，营业利润增长 36.2% 至 1.2208 亿美元，净销售额上涨 12.6% 至约 33.8 亿美元。

# 东风日产新车 MAXIMA 将于 2016 年上市

11 月 20 日，东风日产在第十三届广州国际车展重磅首发“超感驾控运动座驾”MAXIMA，并公布其中文名“西玛”。即将于 2016 年上半年上市的 MAXIMA 是东风日产在高端运动车型市场的力作，核心受众锁定“新生代极客”。

MAXIMA 在北美已历经七代传承，由 NISSAN 北美技术研发团队全力打造，具有纯正的美式技术血统和深厚的运动基因，它的出现填补了东风日产在中高级车市场上的运动车型空白。

# 上汽大众荣膺 2015 年“中国企业社会责任榜”杰出企业奖

2015 年“中国企业社会责任榜”于 12 月 18 日在上海揭晓，上汽大众汽车有限公司凭借在企业社会责任领域出色的综合表现，荣膺杰出企业奖。

“中国企业社会责任榜”由第一财经传媒主办，是国内最具专业性、公正性和权威性的社会责任评选活动之一。杰出企业奖意在表彰企业发展过程中全面落实责任价值观、综合表现优异的公司。通过对企业在经济责任、环境责任、员工关怀和社会公益等方面的综合评估，上汽大众从众多参选企业中脱颖而出，得到评委会的一致认可。

此次获评“中国企业社会责任榜”杰出企业奖，是对上汽大众在企业社会责任各个领域打造最佳实践的肯定。上汽大众在努力实现自身发展的同时，也以履行社会责任为己任。

# 赴韩美容莫逞一时之快

早在 2010 年 3 月，驻韩国大使馆领事发表提醒中国公民赴韩整容注意事项中称“韩国整形医院水平参差不齐，切勿盲目听信广告宣传，可通过可靠渠道慎重选择正规整形医院；手术前请务必与医院签订相关协议，仔细确认手术项目、费用及可能发生的风险，以免发生纠纷。”

当越来越多的赴韩整形“受害者”踏上维权之路，诸多现实的困难和隐患便浮出水面：因为属于跨国官司，本就法律体系不同，加上“受害者”们与院方术前沟通不畅或有不法翻译从中作梗，因此在后期纠纷协商的过程中耗时长、效率低，难以取得满意的结果。2014 年，中国整形美容协会法律事务部主任曹伟曾表示，“关于赴韩整形、赴外整形回来发生的纠纷率，从 2009 年到现在，每年大概有 15%–25% 的案件比例在上升。”

曾是各大媒体关注焦点的赴韩整形失败女孩薇薇(化名)，2015 年 10 月 26 日在东方卫视《东方直播间》节目上哭诉自己的惨痛遭遇，提醒众多爱美人士在做整形的过程中要提高法律意识和审美意识。

薇薇在节目中表示曾跟医院进行过协商，但最终没有得到满意的答复。在节目现场，声称能帮助薇薇解决问题的郭律师建议她通过起诉新氧网来获得赔偿，理由是新氧网上有这家医院的信息。但随即又遭到了现场另一位孙彬彬律师的质疑：“新氧可能成为替罪羊”。

新氧网的 CEO 在节目现场解释到，新氧网的模式不是整形中介，不直接提供整形服务，新氧网是一个信息平台，新氧网的责任是确保平台上信息的真实准确。同时现场出示了给薇薇进行整形的医院和医生的相关资质证书，这些证书表明该医院和医生都是有合法资质的，这也证明了新氧平台上信息的准确性，因此从法律角度上讲，新氧不承担薇薇整形失败的任何连带责任。

同时新氧网的 CEO 表示，出于对薇薇的同情和理解，新氧网愿意帮助从中协调，提供法律咨询，从专业角度帮助医院和薇薇之间达成和解。节目最后，薇薇、郭律师和新氧网 CEO 一致表示愿意团结在一起，矛头对外，尽最大可能帮助薇薇。

薇薇于 2015 年 11 月 25 日在微博上说，称维权已经基本达成和解，感谢曾经帮助过她的人，并告诫那些继续坚守在维权道路上的姐妹们要更加坚强和理性。

微博中，薇薇感谢新氧网给她提供法律上咨询援助，并首度澄清自己虽然是这家全国最大的美容整形信息发布与社区平台的注册用户，但其实并没有通过新氧网预约任何韩国的医院，更表示今后不希望有心之人利用她的名义恶意攻击这家互联网平台。