

来星茂汇 VOVOPARK

一起贴秋膘



膘,肥肉也。对这个字最直观的感受,就是伸手抓一把自己肋骨以下、大胯之上、俗称“小蛮腰”的地方,那种柔韧松软而又弹性十足的触感,便是“膘”最完美的诠释。

人类就是这样一种奇特的物种,一面在健身房里忍受各种健身器械“折磨”,一面在滋滋冒油的烤串、咕咕冒泡的啤酒、咔咔酥脆的炸鸡,以及半糖加料特大杯奶茶面前毫无抵抗力,在心里默默说出一句“吃不好哪有力气减肥”之后,便忘乎所以地大快朵颐……过后,甚至都不敢站上体重秤。那种陡然而生的“罪恶感”,又拉开了新一轮减肥计划的序幕……,即便如此,即使满身是膘,也挡不住人们“贴秋膘”的热情。

“贴秋膘”作为一项传统,至今已有好多年的历史。在我们这个“民以食为天”的国度里,伴随着季节的更替,饮食也会呈现着丰富的变化。春生、夏长、秋收、冬藏,每一季都有讲究。汪曾祺在《贴秋膘》一文开篇的寥寥数语,便给贴秋膘找足了理由:“秋

风一起,胃口大开,想吃点好的,增加一点营养,补偿补偿夏天的损失,北方人谓之‘贴秋膘’。”因此,就算没有传统加持,让身体补充足够的养分以抵御即将到来的寒冬的考验,也是人生的一大乐事。

而且似乎每年的秋天,人们都会感觉要比往年冷得早、冷得厉害一些,所以“贴秋膘”可谓是一刻不能耽误。但秋膘要想贴得营养健康又恰到好处,来星茂汇 VOVO-PARK 四层准没错。这里涵盖了贴秋膘的各种技法,烧烤、火锅、中餐、西餐,绝对是“想你所想”。同时这里的负一层零食、小吃、奶茶也是饭后秋膘的必选。为满足所有的吃货,目前三只松鼠、天然呆、夸父炸串也入驻在即。只有秋天贴好了秋膘,才能妥妥地度过寒冷的冬天哦。

广告信息



行业动态

北方电器商厦店重装升级
10月29日将揭开神秘面纱

为了更好地适应消费者需求,北方电器旗舰店——北方电器商厦店在10月初开始进行重装升级。

此次升级,北方电器商厦店借鉴欧美家电连锁模式,根据消费者需求采用按品类展示的布局,并大幅增加了关联商品。重装升级后的北方电器旗舰店,将成为大同地区首屈一指的“体验式”家电卖场。

据悉,商厦店的改造将着重于环境升级、产品升级、服务升级三大方面。首先,在卖场环境上,以“舒适的人性化购物卖场”为目标,在各个细节上突出人性化设置,一切从消费者利益出发,把细节融入卖场的各个角落,让消费者获得更佳消费体验。

其次,在产品上,以“新、高、精”为特点,打造大同高端精品超级家电卖场。上千款家电新品惊艳亮相。同时,在高端精品风格不变的前提下,继续扩展品类经营范围,包括厨卫、小家电、配件等品类在内的产品也将以高端、精品为主打特色。

第三,在服务上,商厦店将重新整合各项服务策略,在会员特色服务、大客户团购、家电“医院”等方面细化步骤,精耕细作,力求更加符合“高端标准店”的经营定位,将服务这一“立业之本”做到最好,使其成为销售的绝对坚固保障。

此次升级改造将通过全方位的布局和精心设计,旨在打造大同家电行业的标杆超级大店,届时,将接受大同消费者的检验。同时为了回馈消费者,10月29日重装开业时,北方电器商厦店将联合众多一线品牌商家,投入百万赠品,全场家电7折起售。来就送、买就送、抽就中,全场满千返百,为大同人民打造一场家电饕餮盛宴。

广告信息

文具盲盒,适度引导很重要

“最近一个月,孩子好像突然变得爱学习了,已经要了好几次零花钱买文具。刚开始也没太在意,后来和其他家长聊起来才知道,孩子所说的文具其实是文具盲盒。”初二学生家长王女士告诉记者。

记者在学校门口的文具店看到,每家店里都有各式各样的文具盲盒出售,价格通常在几元至几十元不等。它们有些是印有各种图案的盲盒笔,有些是以本子、尺子、笔袋等不同文具组合起来的文具盲盒袋。采访过程中,一位店主告诉记者,他们店里的文具盲袋中单品加起来的的价格要比自己一一购买便宜得多。但王女士却不这样认为。她在发现儿子用大部分零花钱购买文具盲盒后,专门在网上搜索,发现盲袋里的很多东西根本不值所售价格,而且有的一眼看上去就知道质量很差。她说,儿子的抽屉里有特别

多一模一样的笔和本子,有时垃圾桶里还有偷偷扔掉的质量不好的文具。

相比于家长的担心和忧虑,孩子们的想法则多少有些简单和盲目。“我买了好多次,这个系列都还没有集齐”“阿姨,我要第五行最后一支笔,这回一定能抽到隐藏款”……在我市某中学附近的一家文具店里,记者看到几名刚放学的学生正在选购自己心仪的盲盒,文具店门口的显眼位置摆放着琳琅满目的文具盲盒,“名侦探柯南”“航海王”“奥特曼”等深受孩子们喜爱的动漫角色,被印在了文具盲盒的包装上。此外,上面还印着大大小小的问号和“拆开有惊喜”等字样,都试图吸引孩子们不断去购买下一个。

而对于文具盲盒的态度,家长们有的认为应该及时制止,以免孩子过度沉迷影响学习,有的则认为只要在合理支出范围内,不必过多干预。“这和我们小时候收集小浣熊卡片一样,只不过换了个形式,只要理性对待,盲盒既可以帮孩子减压,还能增进家长和孩子之间的关系。”面对孩子的行为,许多家长多少还是能够抱着理解和接受的态度。

除了校门口的文具店,记者在某购物平台上输入“文具盲盒”进行搜索,既有十几二十元的七件套或十件套,里面一般有笔袋、直尺、铅笔、修正贴、橡皮、记事本等,也有一二百元针对不同年龄和性别孩子的十八或二十



四件套,里面不仅增加了诸如小夜灯、笔筒、圆规、钢笔等价值更高的物品,而且包装也更加个性和高档。

其实文具盲盒和其他热销品一样,从出现到被市场认可,既满足了消费者审美、求新求变、大胆尝试的需求,也有不加引导导致的沉迷和过度的危险。对于尚处在发育和成长阶段的中小学生,他们购买文具盲盒很大程度上并不单纯是为了使用,更多是为了满足自己的好奇心。为了凑齐一整套,很多孩子往往会多次重复购买同一种文具盲盒,出现不理性消费的问题。对于这种情况,家长一味打压或者制止或许并不明智,毕竟好奇心是孩子与生俱来的。作为家长与其担心忧虑,不如多一些尊重和理解,平等对话和适度引导,这或许才是最好的解决办法。

澜之

生活中的艺术美——
美学改变生活

当衣架不再停留于单一的金属材质,而是被设计师赋予了更丰富的色彩和造型;当打开橱柜不再只是几只碗盘包揽一年四季所有早午晚餐,而是按照羹、汤、饭、甜品等不同用途和不同风格被分门别类安置;当简单的一个粘钩不再拘泥于微不足道,而被融入更多艺术元素时;当我们喝一杯茶、吃一餐饭,甚至于只是在居室的某个角落安置一个挂钩,都是在满足功能性的同时,让生活多了一些艺术之美,而这份美反过来也让看似平淡的生活充满了乐趣。

晓澜



某品牌联名款挂钩

