

味道

苏格登 “财福双鱼”礼赞新禧

单一麦芽威士忌品牌苏格登(The Singleton)日前特别推出“财福双鱼”新年限量版,以“鱼跃成龙”设计灵感,特别选取鲑鱼化龙的场景,通过金色喷砂工艺精妙绘于苏格登21年与25年瓶身的设计中,带来“鱼跃而上,步步高登”的美好寓意。限量版即日起将于帝亚吉欧威士忌精品店与指定经销店发售。

同时,苏格登再次携手亚洲顶尖法餐主厨郭文秀(Justin Quok),还带来了苏格登财福新年团圆宴,以财福双鱼2020新年限量版时光慢淬理念与佳肴的慢食理念相融合,将中国传统团圆饭中六道经典菜品创新再现,打造了以苏格登佐新年餐桌的“慢味之赏”。

其中,郭主厨以苏格登21年“财鱼”限量版搭配“秘制脆皮烤乳猪”,



将颇有仪式感的脆皮乳猪融入慢煮理念,通过长时间慢炖创造风味的层次感,传递财源四方、收获满盈的祝福;苏格登25年“财鱼”限量版则搭

配“九色珍馐捞鱼生”,这道团圆菜品以“捞鱼生”为灵感,将薄切鱼生淋上御厨特制橘酱,寓意鱼跃而上、福运高登的双祝福。

干邑地理标志十周年 醇香晚宴共聚广州



“干邑地理标志认证十周年派对”日前在广州举行,法国驻广州总领事 Siv-Leng Chhuor 女士、法国国家干邑管理局代表等嘉宾共同转动干邑时光轴,与现场来宾一起分享回忆干邑在中国十年发展的重大时刻。2009年12月18日,原国家质量监督检验检疫总局发布官方声明,干邑作为第一个在原国家质量

监督检验检疫总局登记的国外地理标志得以认证与保护。这一认证开辟了外国地理标志在中国获得保护的新道路,确保了无论是中文还是法语上,只有在特定产区中严格按照干邑规章制度和生产要求生产出的

生命之水才能称之为干邑。

当晚,派对的美好的时光从一杯“干邑峰会”(SUMMIT)鸡尾酒开始。在干邑认证讲师徐伟的带领下,嘉宾们还感受了包括诸如消费者已熟知的莫高,以及近年为越来越多消费者所了解的拉森、Galaxie等三十多款干邑的百变魅力,享受有格调的味觉惊喜。

阿拉斯加海产 星厨大赛甄选创意美食

由美国阿拉斯加海产协会主办的“至臻美味”星厨大赛日前举行,在为期两天的时间里,来自珠三角各地的大厨及餐饮专业人士,以美国阿拉斯加黑鳕鱼、黄金鳕鱼及狭鳕鱼块等为创作海鲜食材,深入探讨了各类产品的优势以及烹饪方法,共享一场海鲜盛宴。本次比赛以口味、摆盘、菜肴创意为主要评判标准,21支队伍代表酒店参赛,最终广州正佳万豪酒店摘得桂冠。



购物

如新 美丽从“头”开始

NU SKIN 如新公司日前携 ageLOC Nutriol 健发丰盈系列产品亮相广州,带来头发养护新理念:头皮也要抗衰老。ageLOC Nutriol 健发丰盈系列是一套让你在家就可以享受沙龙般护理的产品,这也是如新首次推出家用头部护理仪器。该系列包括健发滋养液、滋养洗发水和修护润发素,三款产品的多种成分共同作用,可帮助减少头发脆弱度,改善毛囊环境,使头发更强健更丰盈。同时,产品还搭配了全新升级的 ageLOC 修身美颜 Spa,其微电流能够更好地促进头皮毛囊吸收营养成分,护发健发一机就能搞定,全新的健发导头设计符合人体工学,为使用者打造舒适、惬意的居家美容护发 SPA 体验。



中华广场 和泰迪熊一起迎新



中华广场日前开启“场景+内容”营销模式,引进时下大热的泰迪熊 IP,并将体验、社交、娱乐、场景消费等功能充分融合,推出网红熊猫抱抱会、真人版夹礼物机、新春购物 FUN、制陶亲子学堂等活动。新年到来之时,代表中国新年的桃花、鞭炮、灯笼、礼结等元素更将齐齐装点商场,让消费者尽情开启边买边玩的欢乐购模式。

派对

TOUS “还圆.真爱”快闪店 亮相二沙岛



TOUS“还圆.真爱”之旅快闪店,日前在二沙岛广州文立方一楼中庭揭幕,青年演员谭松韵当天佩戴 TOUS 系列产品亮相现场,小熊吊坠可爱地装点项链、手链及耳环之上,可爱又灵动感十足。当天现场被梦幻的粉红色调所包围,TOUS 精美圆形礼盒为现场平添艺术感,亦有引人注目的泰迪熊玩偶陪伴,十分温馨。快闪店将持续至12月29日,消费者在现场参与包装挑战,将有机会抽选盲盒获赠 TOUS 精美礼品。

斯凯奇 SKECHERS 炫酷亮相 SNEAKERCON球鞋展



近日,来自美国的运动休闲品牌斯凯奇 SKECHERS 携重磅联名款、热卖款、经典款等潮流单品亮相广州 SNEAKERCON 球鞋潮流嘉年华。此次展台共布置了五个区域,其中“美少女战士区域”展示了即将发售的2020春季新款 SKECHERS X SAILOR MOON 五款联名鞋,D'LITES 系列区域带大家回顾斯凯奇经典系列的发展,人气十足的还有 ENERGY SKX 水转创意实验室区域,以 ENERGY 小白鞋为蓝本,进行水转印上色图案定制,凸显出斯凯奇“坐不住的年轻人”的品牌精神。此外,斯凯奇展台还在当天售卖大福袋形式的限量版声控鞋盒与重点款产品,为在场潮人带来多方互动体验。

周生生 百米高空上的狂欢



日前,周生生珠宝携手天猫登陆广州塔,于百米高空上打造85周年庆典,并在广州 CBD 中轴线上演灯光秀。庆典现场,天猫 Logo 作为主元素贯穿,通过现场五大主题体验区,让嘉宾回顾品牌成长的一点一滴。其中,周生生以手机网游《阴阳师》中的式神铁鼠创作的鼠年“财鼠纳岁”作品,在现场颇受瞩目,作品同时寓意着期待2020年鼠年的到来。