

# “黑色星期五”接班“双11”

## “海外购”市场混战连连

文/羊城晚报记者 黄启兵

BLACK FRIDAY SALE

“双11”创下的天猫2684亿元成交记录仿佛还在昨天，新的一波“剁手”又要来了。如果“双11”还未买够，本周四(28日)0点开始，以西方感恩节为龙头的海外市场“黑色星期五”(简称“黑五”)马上就要来袭了，开启大约一周左右的全球扫货风暴。

虽然“黑五”一直是欧美消费者为主，但最近几年“黑五”的风潮持续席卷到国内市场，尤其在海外购方面凸显出鲜明的特色。在今年“双11”再创纪录的背景下，“黑五”还能掀起怎样的波澜呢?

### A “黑五”海外购细分化趋势明显

由于“黑五”最早从欧美兴起，从西方感恩节(11月第四个星期四)开始，持续到圣诞节假期，大约一个月左右。在电商领域，主导“黑五”的主要是亚马逊。根据亚马逊中国今年的规划，“黑五”海外购中国主要体现三个方面：一是中国消费者专享的定制折扣更多，限时优惠数量今年将同比翻倍；二是亚马逊美国、英国、日本和德国四站全球联动实现“买全球”；三是物流配送更快捷高效，与顺丰速运实现物流对接。

在消费者传统的概念中，“双11”是大买特买的时段，“黑五”则带有海外购的特色。比较有意思的是，经过多年“黑五”的历练，国内消费者对于“黑五”逐步呈现出细分化的特色。从地域特点看，虽然北、上、广、深四大一线城市继续排在亚马逊海外购销量的前列，但最近两年，二三线城市的增幅更为明显；京东方面对于2016年以来进口商品下单的地区统计显示，四线至六线城市的进口商品销量占比增速高于一线至三线城市，甚至很多还来自于西部欠发达地区，尤其是“小镇青年”的下单金额增幅高于都市青年。

此外，海外购的主要商品也从美国、日本等主要货源地区，拓展到更广泛的国家和地区，尤其来自“一带一路”国家和地区的进口产品增幅逐渐赶超上来。亚马逊海外购的榜单以及京东方面的统计数据均显示，进口品牌的销量增幅较大的国家和地区，已经不限于主要发达国家，而是分布广泛。京东数据显示，来自墨西哥、葡萄牙和爱尔兰的进口品牌及商品的下单金额同比增长更是分别达到641%、519%和377%。

### C “黑五”正在向“双11”取经

在“双11”前，英国零售专业媒体《零售报》(Retail Gazette)曾经报道称，英国零售业内人士认为，“黑五”有很多地方需要向中国“双11”学习。而从今年海外购整体表现看，“黑五”的确吸收了很多“双11”的手法。

海外电商重点针对中国消费者口味，在品类分区上格外明显。亚马逊海外购在页面上针对不同主题，以“超值好货”、“小众奇特”、“热销榜”、“新品榜”、“海淘达人推荐商品”进行推荐。京东国际上所展示的货品，主要以国人最为热衷的流行热卖品、国际大牌、母婴、日用品等为主。

今年“双11”当中非常热门的“直播带货”，有望在“黑五”时段大显身手，众多知名的带货主播出现在海外门店或者商家当中，既赚吆喝又有实惠。电商洋码头预计今年“黑五”会有来自全球各地的上千场次直播直播。这算是中式电商“双11”手法在“黑五”当中的演变。

以往，海外购最令消费者烦恼的，是物流配送以及退换货手续的麻烦。今年亚马逊方面开始牵手顺丰速运，加快海外购商品入关之后到消费者手上的速度，让物流“最后一公里”提速。

### B 海内外“混战”已分不清你我

与海外市场“黑五”同步，国内主要电商也在瞄准“黑五”。上周末，京东宣布启动主攻进口业务的消费平台京东国际，瞄准本周开启的“黑五”；苏宁易购方面携旗下日本乐购仕(Laox)也宣布参加“黑五”；特别值得一提的是，去年开始崛起的拼多多今年也将出击“黑五”，同样在美国、英国、德国、日本设立“全球购海外站”。

多家电商的动作均是全球直采、保税区直邮、包邮包税、百亿补贴等多重手段并用，专门针对“海外购”市场发力。实际上，以天猫为代表的电商在“双11”期间的促销，同样涵盖了海外购的内容。某知名电商人士表示，如果往上涨溯，“双11”在11年前兴起之初就有点借鉴“黑五”的意味；而“双11”在11月初，“黑五”在11月底，一个主攻



业界大咖探讨美丽经济新趋势



消费经济研究中心主任董超表示境外消费回流将成一大消费趋势

## 消费升级有哪些热门? 大牌定制与国潮崛起是美妆最新热潮

文/图 羊城晚报记者 林清

### 大咖探讨“美丽经济”

以前，往脸上涂抹护肤品类最多的是日本人，而现在是中国人。“美丽经济”已经成为消费升级的一个代表。11月初，“首届美丽经济高峰论坛”在第二届进口博览会期间进行，来自政界、学界和商界的专家学者与时尚行业品牌高层，共聚一堂，以数据和案例，探讨“美丽经济”在消费升级大背景下，有哪些热门新趋势。

### 大咖观点：大牌定制+国潮崛起是新热点

美妆时尚潮流，与城市的发展密切相关。“时尚消费与市场的互动非常重要，没有消费者就没有品牌的发展。时尚消费潮流曾经经历美国、日本消费者的影响，今天是一个中国时刻，中国市场的消费者对时尚潮流的发展越来越重要。”LVMH路威酩轩中国区总裁吴越表示，法国以主办国身份参加本届进博会，LVMH集团由13个重要品牌代表旗下70多个品牌前来展示精彩，鼎力支持进博会，意义非同寻常。

“从天猫的数据上看，在美妆品类，今年两个概念非常火，大牌定制和国潮崛起，这反映了年轻消费群体更加个性化，他们喜欢挑自己认为好的、适合自己的东西，同时也变得更为专业，令市场呈现出多样性。”天猫快消新零售总经理蔡秋轩

现场分析了这两类今年热门，“2016年‘双11’时，天猫美妆里卖得最好的是化妆品套装和面膜。但现在，套装被‘爆款’取而代之。这也就是消费者个性化专业化的体现。”

作为“大牌定制”的代表，纪梵希美妆中国区总经理张谦在讨论中表示，如今的年轻人展露出来的独特风格，来自对高级定制这一品牌历史背景的传承与发扬。1927年纪梵希先生开创了一个优雅而美丽的品牌，后来他与奥黛丽·赫本的世纪友谊，更为品牌增添了传奇色彩。今天，品牌继承了经典风格，更敢于创新，拥抱年轻消费群体，给她们带来个性化的美妆表达与体验。

“2003年时，我们曾针对中日韩消费者做过一个调查。往脸上涂抹护肤品数量最多的是日本人，平均超过6层。而现在我们再做研究，发现层数最多的是中国人。”相宜本草执行总裁梁栋，曾在LVMH集团任职16年并曾是纪梵希美妆的中国总裁。对于国际大牌与国潮崛起，有更深层的看法：国潮不仅在中国崛起，在国际上也开始发酵影响力。她说：“今年8月底，相宜本草与颐和园进行了一个IP合作，又与天猫新文创的许多品牌一起到巴黎做了一场以颐和园三山五园为主题的展览，当时现场除了留学生外，很多当地消费者非常活跃，问如何能买到。这不仅展示了年轻人的国际自信，也说明民族的就是世界的，国潮的时尚也是双向的。”

# 喜欢吃日料 不懂清酒怎么行?

文/图 羊城晚报记者 王敏

——掌握这几点，清酒小白也懂行

现如今，许多人到日本料理店就餐，都喜欢喝点清酒。据资料统计，去年(2018年)，销往中国的日本清酒达到36亿日元(约合2.3亿元人民币)。喝清酒的人越来越多了。

可是，你知道什么是清酒吗?在对清酒一无所知的情况下，你知道如何选择适合当日配餐的清酒吗?而随着天气渐冷，清酒是不是都得温热才喝呢?如果你正好是一枚清酒小白，那么下面的知识点可千万不能错过。

### 知识点一

#### 日本清酒不等于中国白酒

由于清酒酒色呈现淡淡的黄色或者清透亮，所以坊间常把日本清酒和中国白酒混为一谈。但其实，清酒是以大米和天然矿泉水为原料自然发酵而成，属于发酵酒。而中国白酒属于蒸馏酒。两者从制作工艺上已经不是一回事。

溯源的话，日本清酒和中国黄酒的关系更加紧密。一般认为，日本清酒脱胎于中国黄酒。但由于日本清酒在制作过程中，原料大米还需经过磨皮处理，让大米浸渍时加速吸收水分，易熟；再经过前发酵和后发酵的两道工序，确保清酒的发酵充分均匀。因此与中国黄酒相比，日本清酒的味道更醇和平正，酒香更怡人，入口也更加爽口绵长。

### 知识点二：不是所有的清酒都适合温热饮

在许多人的认知里，清酒需要温热饮。天冷下雪的时候，还要滚烫着饮。但其实，并不是所有的日本清酒都适合温热饮用，越高级的清酒反而是常温或冰镇饮用口感更佳。

清酒和葡萄酒一样，属于酿造酒。但清酒0至55度的适饮温度，却要远低于葡萄酒的15至20度。要判断哪种清酒适合温热饮，哪种清酒适合冷饮，持有国际日本清酒讲师认证的“清酒界大神”黄山向大家透露了一个简单的判断方法，就是看清酒酒标上的名称。日本的法律把清酒划分为两大类，一类是“特定名称酒”，另一类是“特定名称酒以外”。

“特定名称酒以外”的清酒是达不到规定标准的劣质酒，必须温热饮用以藏拙。“特定名称酒”里最高等级的“纯米大吟酿”和“大吟酿”，等级稍次的“纯米吟酿”和“吟酿”，则基本上是在冷冻或室温下饮用。

“特定名称酒以外”的清酒是达不到规定标准的劣质酒，必须温热饮用以藏拙。“特定名称酒”里最高等级的“纯米大吟酿”和“大吟酿”，等级稍次的“纯米吟酿”和“吟酿”，则基本上是在冷冻或室温下饮用。

“特定名称酒以外”的清酒是达不到规定标准的劣质酒，必须温热饮用以藏拙。“特定名称酒”里最高等级的“纯米大吟酿”和“大吟酿”，等级稍次的“纯米吟酿”和“吟酿”，则基本上是在冷冻或室温下饮用。

数值越大，代表酒的口感越干。我们常在清酒酒标上看到的“辛口”、“甘口”，其实就是日本对清酒口感标注的一种惯用语。“甘口”代表清酒甜，而“辛口”也不能按汉语的字面意思理解为辛辣的辛，它并不是指代酒辣，而只是说“这酒有多不甜”而已。

### 知识点四：原来清酒与海鲜更配

在国内，大部分人品尝清酒，都是在日料店就餐特别是食用刺身时享用。然而，清酒具有丰富的香型和不同的味觉层次，而日本料理选用的海鲜也是品种繁多，如何为心仪的海鲜搭配合适的清酒，是一门讲究的学问。

日前，为日本农林水产品和食品出口提供支持的日本食品海外促进中心“JFOODO”于深圳举办了一场名为“当海鲜遇到日本清酒”的主题展会。活动不仅展示了“华南最大规模的清酒盛宴”，从全日本2500多家清酒厂中精心挑选了100多家的作品、400多款清酒给到场观众品尝，还开设了3场日本清酒大师班。讲师黄山详细地讲解了清酒与海鲜，尤其是日料惯常使用的刺身品种的搭配。

黄山把日本人称之为“旨味”的“鲜味”比作“清酒的灵魂”。这是因为日本清酒经过繁复细致的酿造后，粮食里的淀粉变成了酒精，米中的蛋白质，在发酵中变成谷氨酸，从而为清酒带来了浓郁的鲜味。而这种鲜味，不仅可以消除掉海鲜的腥味，还可以增加口腔里的鲜味，所以说日本清酒和海鲜更配哦!



日本清酒与海鲜料理的搭配，正成为一种新风尚

## 为食猫手记 酒香味浓 美国食材做惊艳西餐

文/图 羊城晚报记者 王敏

### 小吃欢乐颂

选用了来自美国的3款特色马铃薯制品，有薯条、薯角、薯泥薯，另外还搭配有脆炸美国马苏里芝士粒。丰富的小吃组合再加上特别定制的造型器皿，现场广受好评。

### 烤有机南瓜沙拉

大厨特别选用美国果仁进行搭配，特别适合现在年轻一代运动爱好者对健康、营养又低脂的偏好。口感绵软的南瓜和香脆的果仁这一奇妙组合也吸粉不少。

### 黑啤酒炖美国牛肉

这是一道传统德国菜，在研发过程中大厨尝试了不同来源地的牛肉，发现美国的谷饲牛后腿肉纤维比较均匀细腻，配合用美国啤酒酿造的1920黑啤酒炖来，别有一番风味。

### 焦糖咖啡烤雪花猪柳

菜式采用了美国猪肉眼心，不油腻，而且口感爽脆。焦糖咖啡的应用又为菜式赋予了令人迷醉的香气。

### 咸蛋黄芝士蛋糕

大厨使用美国马斯卡彭芝士和中国传统的咸蛋黄这一出人意料的混搭，制作了一款慕斯蛋糕，融合的口感让人惊艳。

### 资讯

#### 梧州六堡茶品鉴推介会在广州举行

近日，由梧州市人民政府主办的“茶船古道·新丝路”六堡茶行销全球2019广州站暨梧州六堡茶品鉴推介会在广交会展馆举行，两广茶人共聚一堂、共叙茶缘，共商茶产业发展大计。梧州市委书记蒋海东在致辞中提到，梧州的好山好水孕育了梧州好茶——六堡茶。六堡茶的消香祛湿、明目清心、帮助消化等功效深受两广人民喜爱，清代因为交通便捷通过珠江水系远销东南亚，造就了“茶船古道”的独特传奇。如今又借由“一带一路”以茶为媒，再借东风，打造新的六堡传奇，让六堡茶走出两广，行销全球。推介会设六堡茶展销、品鉴、茶艺表演环节，现场茶香四溢。9家代表性茶企进行品牌推介，为广州市民带来了一场六堡茶盛宴。在同日举行的专家访谈会上，与会各方对如何更好地推动六堡茶产业发展等问题进行了探讨。(王敏)