



“双11”创下的“血拼”场景似乎还历历在目，一转眼，“双12”就接踵而至。本周末，料将掀起一波“血拼”高潮。才在“双11”中“剁手”，“双12”还有啥好“血拼”的呢？

如果单看“双12”，无论是销售规模还是影响力，肯定不如“双11”那么火爆；但别忘了，“双12”离新年很近，捆绑了众多名义的新年消费，意在掀起年末时段的“翘尾效应”。



本版制图/范英兰

# “双12”到来 你还能怎样“剁手”？

文/图 羊城晚报记者 黄启兵

——捆绑新年消费酝酿“翘尾效应”

## “双12”还能买啥？——可买的东西依然很多

“双11”都买得差不多了，“双12”还能有啥好买的呀？实际上，从苏宁易购、天猫淘宝、京东、国美等主要商家的动作看，“双11”之后的消费，一波未平一波又起，各种名义的促销一直持续至今。

如果说“双11”是全线平台起波澜，那么，“双12”更显示季节性特色。商家早已将“双12”融入年末大促时段当中。

### 保暖消费：

你买打底裤了吗？

与一个月前相比，“双12”进入到冬季时段。近期又将冷空气南下，“保暖消费”理所当然成为“双12”跑不掉的重点。

从最近打底裤的销售情况就可见一斑。入冬以来，打底裤保持高位销量。苏宁易购在“双12”前半个月开始，打底裤销量同比增长135.51%。有意思的是，年轻成为耐寒抗冻的资本，“90后”购买打底裤的占比只有21.25%，低于30岁以上人群——其中，37至46岁年龄段占比29.2%；31至36岁占比28.8%。更有意思的是，虽然男士购买打底裤的占比只有20.9%，但最受男士欢迎的打底裤却是踩脚和连裤款式的，网络上瞬间爆红热门词“黑丝男士”。

“双12”期间，各种保暖相关的品类将成为剁手者的重点。尤其是冬季服饰类商品，借助降温的

“东风”，进入了高频促销期。

此外，苏宁易购方面的统计显示，过去半个多月来，中央采暖器、取暖器分别同比增长1187%和182.77%。由于变频空调都是冷暖空调，冬季亦可用于制暖，最近空调表现相当给力，苏宁全渠道空调销量同比增长60%，尤其是线上销量同比增长92%。

### 年货爆款：

“抢年货”会不会早了点？

“双12”出现了抢年货的概念。的确，到了该筹备年货的时段了。如今，年货概念已从传统的食品、酒水、保健品延展到了家电、数码产品等众多品类，可以说，凡是能够跟“年”相挂钩的，都可以称得上是年货。新年特有的礼品消费，从“双12”就开始准备。

赶在新年之前，厂家和商家发新品的速度显然加快。以手机为例，最近红米的Redmi X30、vivo的X30以及OPPO

的Reno 3等新款手机即将上市，红米Redmi X30的5G版还以1999元成为目前公开发售的5G手机当中最便宜的。

多路迹象表明，“双12”大促渗透出浓浓的年味。电视机领域提前瞄准“元旦(旦)春节(节)市场”，在OLED电视当中占据国内市场鳌头的创维，以元旦和春节为重点，打出“放大每一幕幸福”的主题活动，除了以明星彩电产品展示家庭团圆之“幸福”理念，还以“幸福上门”等售后服务，帮助千万家庭寻回家庭幸福的凝聚力。

### 以旧换新：

旧的不去，新的不来

众多新品趁着新年档期集中上市，出现了“以旧换新”消费热潮。OPPO、小米等手机品牌近期结合新款手机上市，回收旧手机给出了低至一两百元、高至五六百元的“以旧换新”补贴。事实上，“以旧换新”补贴在消费电子领域早已成为惯例，即将迎来新年之际，“以旧换新”变为新品上市的推进利器。

而那些2019年度热卖的爆款，近期趁着“双12”以及新年消费的热度，纷纷迎来降价期。消费电子品类中的年度旗舰机，普遍有两三百元的降价。



### 新婚新居：

全屋新装过新年

特别值得一提的是，临近年末，新婚新居入伙是最热门最大头的消费。如今“家电、家居、家装”互相融合的趋势分外明显。以国美为例，从2017年开始实施“家·生活”的转型之后，家电卖场当中融合了家庭硬件整体解决方案“舒适家”、欧洲橱柜厨电一体化品牌IXINA、高端厨房用具集合性经营平台“厨空间”等新业态。

从“双12”开始持续到元旦、春节，将会面向新婚新居更为实惠的成套消费，整合了家电、家居、家装等众多资源，一站式满足年末大批量成套消费的需求。

## “双12”能便宜多少？

——势头不输“双11”

价格一直是消费市场亘古不变的杠杆。“双12”还能不能获得更多实惠？按理说，“双11”大促应该是年度力度最大的促销期。但国内消费市场庞大，促销此起彼伏，“双11”还真不见得是全年最低价。而且纵观“双11”期间商家所打出的“价格保护牌”，普遍只有一月左右的“保价期”。新一季消费高峰，或许价格方面还会发生新的变化。

国美零售总裁王俊洲表示，国美近期启动33周年庆，融合了“双12”在内，市场推广力度绝对不输“双11”。国美同时展开“国美开门红”、“年末超惠买”、“家电提前抢”三大主题活动。从12日开始到15日，国美APP、国美美团、全国2400家门店同步开启“全场好物，第二件5折起”的热销活动，其中有各种年度爆品、高额返券以及网红潮品满减返券等。预计国美将发布150万张133优惠券，总价值高达20亿元。

而天猫所打出的“双12”年终盛典，以“年终抢货最后一波”为概念，覆盖到几乎所有品类，冲刺年末时段的集中消费——尽管“双12”可能难以与“双11”的地位所抗衡，但其所处的消费区间，势必让剁手族依然能找到新的“血拼”理由。



## 澳门本土特色 年末大集合！

文/羊城晚报记者 林清清 图/受访者供图

每到年末，又是各种合家欢出游兼扫货季。今年适逢澳门回归20周年，各种纪念活动可谓丰富多彩又实惠，越来越珠三角家庭都将澳门作为轻松自在的家庭旅游目的地。

每个地方的本土特色手信，当然是潮流购物精不会错过的内容。现在有什么最新最潮的澳门回归特色纪念品，以及澳门本地设计精品？正在进行的“澳门购物节”上，“精美澳门”单元里就有许多主题购物，除了一般游客都不会错过的特色手信，还包括澳门本土设计师的服装、珠宝、文创、潮物，充满浓浓的澳门风味！

### 回归纪念

适逢澳门回归20周年，今年购物节最不容错过，当然是回归20周年的设计商品。例如“首尔”特别为此设计的20周年纪念葡萄酒，还有15款不同造型口味的丰富选择！

喜欢收集各种文创纪念品的文艺青年，也可以在本次购物节的创意市集上，找到由跨界设计团队澳门佳作中心，带来的多款澳门特色的文创产品，还有澳门回归20周年邮票纪念套装，都是送礼自用的选择。

### 珠宝首饰

澳门设计力量，在珠宝首饰上，呈现出中西融合的特色。由澳

门设计师朱晓峰创立的珠宝品牌CHiOJo Jewelry，在传统工艺基础上，融入新元素，打造现代古典的轻奢珠宝，让你用轻松愉快的心情重新感受珠宝，更体现了澳门在中西融合上的轻松感。

而另一家澳门本土首饰设计工作室“陆别”，则是用手工纯银饰物、天然石、轻珠宝为客人度身定做各类纯银首饰，同时也与不同设计品牌合作设计手工银饰及天然石饰品。当然你也能在此看到来自土耳其、印度、泰国等地的手工银饰，融汇一堂。

### 文创手作

每到一地旅游总要带点手信送人，轻便实用又有当地特色的文创产品，当然就是最热门之选。要不怎么会让冰箱贴常年霸占各大旅游景点畅销榜呢！

呈现澳门风貌的特色文创产品，例如立足于澳门文化的o-moon，将澳门文化特色手绘融入实用精品，各种实用生活小物手袋、双层隔热杯、无线充电宝等应有尽有。

散发天然清香的手工皂、手工护肤品、手工蜡烛，以及环保理念的、天然手作家居清洁用品、洗涤剂、洗衣粉、消毒用品等，由澳门本土手作品牌五月沐若出品，不仅原料选用纯天然植物萃取材料，包装也是纯天然可循环或可被环境自然分解的材质。

文/图 羊城晚报记者 王敏

# 年末了，每顿饭都值得认真对待



创意十足的美味甜点

## A 那些你差点失之交臂的粤菜经典

2014年7月10日，香港君悦酒店推出江献珠女士为其25周年设计的两款菜单。菜式此前由江献珠亲自选定，再传授酒店中餐厅行政总厨李树添师傅制作，中间多次试菜、调整，一直到她满意为止。7月21日，江献珠女士辞世。她是江太史霞公的孙女，也是烹饪名家，菜式既有太史遗风，且有新创，被誉为“舌尖上的最贵贵族”。

近日，广州富力君悦酒店举行经典重“宴”美食夜，请来香港君悦酒店中餐厅行政总厨李树添师傅携手广州富力君悦大酒店行政副总厨梁志坤师傅，重现多款经典粤菜，其中包括江献珠亲传的“太史菊花鹧鸪羹”和“什菌金蟾松”，以及近乎失传的驰名古法菜肴“火焰金钱鸡”。当晚请来拥有35年专业美食鉴赏经验的庄臣先生，现场解读经典美食文化，令在座宾客获益匪浅。

蛇羹是最广为流传的太史府里的菜式，“太史菊花鹧鸪羹”是太史蛇羹的变奏，由江献珠所创。太史菊花鹧鸪羹采用了口感可与五蛇羹美的鹧鸪肉，完全按照太史蛇羹的配料和制法，而李树添师傅更在其中添加了燕窝和花胶，口感温润细腻之余愈加滋补。

江家的饮食文化，源自孔子的“食不厌精，脍不厌细”：食物精美，切得细致。江献珠的“什菌金蟾松”是其传承的体现之一。将不同种类的野菌以非常厉害的刀功切成极细的颗粒，与蚝豉同炒，加上切成同样大小的青红椒，用裁成圆碟的生菜叶子裹着吃，味道香浓，因为有蔬菜的加入，又显得清爽。

当晚的另外一道重头戏是由梁志坤师傅主理的顺德名菜“火焰金钱鸡”。其名为“鸡”，实为串烧猪肉，因嫩滑如鸡而得此芳名。所谓“金钱”，是指它的主料肥猪肉、瘦猪肉、猪肝均切成圆形薄片，用铁钎串起而烧，食前拔出铁钎，各烤片中心留有一孔，形似铜钱。这道菜从腌制到烤制的整个过程中，烹饪手法极其繁复，对厨师的技艺是一个极大的考验。



原味卵石烹 M9 雪花牛肉

甜点能释放多巴胺，而多巴胺能使人快乐。那么，当甜点遇上岁末和新年假期，会碰撞出怎么样令人幸福的“多巴胺”？广州富力丽思卡尔顿酒店西饼房总厨谢尔诚将带你重拾童年的美好时光。

这个脸上总是带着笑容的马来西亚大男孩，已经在餐饮业打拼超过16年，曾在新加坡的多家高端国际五星酒店的餐厅中担任高级厨师长职位。从即日起至次年1月31日，在珍珠酒廊就可以享受到谢尔诚为你打造的这段充满童真的午后惬意时光。甜蜜可口的诱人甜点与创意十足的美味甜点，配上由他参与设计的开放三叠式鸟笼造型甜

## B 品一品“航模”主厨的惊艳之作

贵为广州时尚生活地标的W酒店，以“五羊传说”为灵感，融合传统岭南建筑设计特色和现代艺术元素，全新打造的紫艳中餐厅于日前重新开业。主厨是有近30年深厚厨艺经验的刘均平师傅。

刘师傅是顺德人，少年时的还是广东航海模型队的运动员。对掌厨如同对待航模操作一样细致认真的刘师傅，曾服务于以地道顺德粤菜美食闻名的顺峰集团多年，是“食在广东，厨出凤城”的佼佼者。而自小喜爱科研的他，又拿出钻研的精神，将各地菜系精髓融入粤菜创作中去。这次执掌W酒店的紫艳中餐厅，他就一口气使出了九道“绝学”，从老火靚汤、鲍参海味到滋养甜品，除了好吃好看，还有好玩的地方呢！

“香港榄菜豆腐蒸银鳕鱼”是家常粤菜“老少平安”的升级版。将爽嫩的深海银鳕鱼放在软滑的豆腐上蒸制5分钟，再加上炸过的香港榄菜点缀，口感嫩滑中带有一丝香脆感。这道菜看似简单，实则藏了不少巧心思。除了每日现作的香港榄菜，还有刘师傅凭借20多年经验特别调

制的豉油，系以鲮鱼骨、水蛇骨熬制汤底，再按照一定比例和豉油调配，更具鲜美。

“脆皮红烧乳鸽”是另外一道隐藏着刘师傅独门秘方的地道粤菜。为了使乳鸽能够较长时间地保持外皮的香脆，而内里依然肉汁丰富，他在生炸乳鸽之前，会先以分子料理的方式处理蛋白，裹着蛋白炸出来的乳鸽表皮呈紧密的蜂窝状，上桌之后即使放久了，依然皮脆肉嫩。

如果说以鸟笼盛放的脆皮乳鸽，以茶壶煮着的功夫鲍鱼片参茸汤是刘师傅通过美食为餐厅呈现出优雅时尚的视觉印象，那么“原味卵石烹 M9 雪花牛肉”传递的则是餐厅与客人之间的互动。

利用280℃高温的卵石表面直接煎制澳洲雪花牛肉，牛肉在油脂与高温碰撞出的“滋滋”声中上桌时仅六七成熟，客人可根据喜好控制牛肉煎制的时间。此手法极大地保留了牛肉的原汁原味，既锁住了充沛的汁水，又保留了本身柔嫩的肉质，再沾上一点点澳洲海盐调味，一口下去如雪花般在舌尖融化，令人回味。

## C 赴一场充满童真的下午茶约会

点架，是寒冷冬日里的温馨滋味。口感丰富有层次，是谢尔诚的午后甜点给人留下的最深刻印象。带有浓郁节日气氛的甜点不仅造型可爱，层层包裹着的外壳或柔软或坚强的内核，交织出不同的香味和口感。

“栗子黑加仑蛋糕”灵感源自秋冬最当季的蒙布朗栗子蛋糕，但和蒙布朗以糖渍栗子泥包裹白糖饼的外壳不同的是，这款蛋糕的外壳是香脆的白巧克力，里面是柔滑的栗子泥和黑加仑果酱。用香草煮熟密封保存的法国栗子泥香甜细腻，黑加仑果酱微酸而清爽，搭配起来，就像有着微风和暖

阳的金秋，是一个完整的秋日印象了。“树莓玫瑰蛋糕”外形如一个系着金色丝带的铃铛，小巧精致。莓果的果香与大溪地香草慕斯的旖旎交织，酒红色包裹着雪白，微酸中带着甜蜜，香脆中带着轻柔，又似是窗外飘着雪而室内生起了暖炉的冬日。而“开心果车厘子蛋糕”则是这雪地上的青松，开心果酱搭配车厘子果酱，口感清新。

至于咸点，则推荐“日式海草鲑鱼冻配海胆酱寿司饭”。分别加入了红色和绿色海草的鲑鱼冻，如晶莹的红绿灯点缀在寿司饭上，Q弹微咸而有浓郁的鲑鱼味，十分有趣。

## 这届智利车厘子啥滋味？海运新品首发“甜蜜剧透”

文/图 羊城晚报记者 王敏

临近岁末，当我国大部分群众因为耐不住寒冷纷纷穿上秋裤的时候，处在南半球的智利，却迎来了气温逐渐升高的初夏，这也意味着，新一季的智利车厘子成熟了！作为衡量“财务自由”的新标杆，今年的车厘子依旧是进口水果中最抢眼的一位。

12月7日，随着智利最新产季的车厘子经海路运送到国内，广州江依汇批发市场作为进口水果分销给中国零售商的重要站点，已经率先将首批智利车厘子搬入怀中，数百个集装箱装满了鲜美可口的车厘子，将送到全国消费者手中。

“智利车厘子终于到了！”智利水果出口商协会欧亚市场总监夏瑞夫说，“这个产季，我们以‘享受你的红色时刻’为主题推广车厘子。今年将有更多人可以享用智利车厘子，因为我们预计出口量创历史新高，达到21万吨，而上一季度约为18万吨。不仅供应量增加，今年智利风调雨顺，车厘子的糖度和硬度都有所提高。”

据了解，本产季车厘子将在春节及以后的1月和2月达到峰值，其中大部分车厘子将直接从智利瓦尔帕莱索港口抵达香港，航程20多天。即使海运时间长，但是因为智利车厘子的冷链保鲜技术相当完善，所以基本上果实直上货架还能保持一段时间饱满新鲜的状态。

而早在10月中旬，空运智利车厘子就已到达中国市场了。海运车厘子的到来标志着春节前夕供应量增加的开始，随着海运的车厘子陆续上市，市场单价将更加亲民。

### Tips 买车厘子，还得看“J”

买车厘子要参考一个指标，那就是“J”。你经常会听到水果店主说：“买双‘J’的，甜。”那么“J”到底是什么？

原来，车厘子等级差别很大，在南半球的樱桃等级示意图中，J(jumbo)是分级用计算单位，“J”的数字越多，代表樱桃的个头越大。果径26-28mm为J，26-30mm为JJ，30mm+为JJJ。果径越大等级越高，口感越好，吃得越过瘾。

若购买时想知道等级，可以在进口原箱标签上找到。



智利车厘子的单位一般用J来识别