



年底家宴,欢庆繁忙,也是酒事热闹之时。亲朋好友,你是否针对不同场合不同来宾不同气氛,准备了合适的酒?懂行人一眼就知道你的水平。

适饮适藏大升级! 年末酒事

你备好家宴酒了吗?

文/图 羊城晚报记者 林清清

A 洋酒升级 适饮适藏你到哪一层次了?

爱美食的人,也爱美酒。这从市场数据上可以直接显示。广东人在洋酒、红酒等领域,饮用习惯与认知已经升级。从购买结构上看,适饮性与适藏性的结合更为科学。

丰富多样的干邑经过调酒演绎,会带来不同的味蕾惊喜,人们可以选择自己喜欢的干邑鸡尾酒,享受更丰富的味觉惊喜。

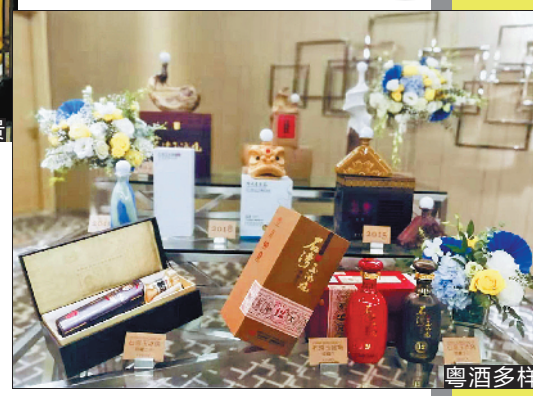
优雅干邑 广东拥趸突出

“目前,中国已经以超过3700万瓶/每年(2018-2019年)的进口量,成为干邑第二大消费市场。”12月18日,在“干邑地理标志中国认证十周年派对”上,法国国家干邑行业管理局代表对羊城晚报记者表示,自从2009年12月,原国家质量监督检验检疫总局(AOSIO)将干邑作为首个国外地理标志(GI)予以官方认可,给中国消费者提供了有力保障,确保了产品的可靠性。中国消费者越来越普遍认识到何为干邑:只有在特定产区中,严格按照干邑法规制度,和生产要求生产出的生命之水才能称之为干邑。

向来讲究美食美酒搭配的广东地区,在干邑的消费上,可谓具有传统优势,独占鳌头。据羊城晚报记者了解,比如受到拿破仑喜爱,不仅作为欢场用酒,更被他列为战备物资带上战场的拿破仑干邑,在广东也有很多拥趸。据宾三得利相关负责人介绍,拿破仑干邑去年在广东的销售占全国60%以上,而在广东地区,销售最好的是潮汕地区,占广东销量的80%以上。因此,品牌的首席酿酒师帕特里克斯·皮内特已经连续两年从法国来到广东,通过精心设计的沉浸式品鉴体验,与广东消费者互动交流。希望不仅能让消费者更深层次地品鉴,同时也更了解广东消费者对于干邑的消费习惯与需求。

威士忌 新世代个性藏家怎么喝?

在外国烈酒中,如果说干邑是传统优雅绅士,那么威士忌就是新世代个性藏家之好。从讲究适饮性,到关注适藏性,威士忌在中国市场成长迅速,近年来不仅成为年轻藏家喜好,更数次成为国际威士忌收藏市场的热门话题。“在目前的世界威士忌藏家中,私人藏家占主流



威士忌成新世代新贵 粤酒多样

(90%),而中国买家势头正劲,占了总体30%”邦瀚斯国际拍卖行亚太区葡萄酒与威士忌部门经理林安泰,向羊城晚报记者表示,从数据上可以明显看出,中国威士忌消费的特征,以及变化趋势。

大家关注的年轻藏家,眼光和影响力都令人惊喜。例如著名的羽生伊知郎全副扑克牌系列,就是由一名30岁左右的亚洲女性匿名藏家以近6500万元收入囊中。从2017至2019年的数据分析可见,35岁以下竟买藏家,每年都在增加。

而珍稀威士忌品类依旧需求强劲。例如布朗拉(1972年)44年拍出13万元,苏格登“时光窖藏系列”格兰欧德42年桶装原酒拍出3.5万元,都显示出威士忌爱好者从单纯品饮向适饮性与适藏性结合,这一升级趋势。

12月19日,苏格登特意邀请了亚洲顶尖美食主厨、“慢味御厨”郭文秀,设计了“财福新年团圆宴”。作为李光耀超过20年的“御用”私人厨师,郭文秀对于美食美酒的慢品搭配,可谓富有心得。而此团圆宴目前只亮相于广州、厦门,可见这两个地区的重要性。

B 国酒火爆 想喝?你买到了吗?

说到年底家宴,最少不了的还是国酒。而今年国产白酒一直是话题风头最劲,到底能不能买到酒,喝好酒,也成为年底餐桌热门话题之一。

国酒怎么买?

每年都会因为“难买”而上新闻的茅台,今年怎样才能买到?攻略五花八门,仍是最热话题。

随着“双节”临近,贵州茅台酒销售有限公司日前下发通知称,从12月12日起提前执行2020年第一季度计划,投放的7500吨茅台酒配额将主要投向经销商、自营公司、商超、电商四大渠道。然而,记者走访市场发现,无论商超还是专卖店,每瓶1499元的飞天茅台依然处于缺货状态。对于普通消费者来说,如果要购买1499元的飞天茅台,较为“省力”的方法,还是去电商渠道“抢购”。

随着“1499元的茅台你买到了吗?”热门话题的发酵,南航也凑热闹。从11月1日起,乘坐南方航空往返贵州地区的航班,可以1499元价格预约53度贵州茅台酒(500ml带杯)。尽管此活动仅限南航明珠会员,并明确规定了预约资格、数量和时间,“每日预约数量有限,以提交真实信息的先后顺序获得提货资格,预约

数量为当日实际可预约的数量为准。”据南航客服表示,自从活动推出以来,每天预约的乘客非常多。不过,尽管常常“约满”,毕竟也多了一个买酒渠道。

粤酒更有范!

另一边厢,粤酒也持续发力中高端白酒市场。广东人记忆中的石湾玉冰烧,经过近几年的酒庄文化拓展,以“世界范”的新形象为人所知。

2019年,作为粤酒代表的石湾酒厂集团,联合羊城晚报报业集团共同发起“羊城范局”,已成为具有高度影响力的超级IP。从粤酒品饮文化与岭南文化结合,衍生出“高球范局”“文学范局”等跨界交融体验,也令不少年轻人重新认识粤酒之美。

作为“中国白酒纯净之美”及高端粤酒的代表之作,“石湾玉冰烧·洞藏二十”以其“米香、花香、蜜香‘众香成韵’”的层次特点和纯净风格,在与传统粤菜和创新菜肴的不同搭配中,传达了“美酒让生活更欢乐”的精神理念。粤酒高端时尚化之路仍在继续。广东石湾酒厂集团董事长范绍辉向羊城晚报记者透露,明年还将有更多与生活相结合的沉浸式体验推出。例如将在广州开设陈太吉酒庄文化体验馆,利用中心城市文化辐射力,传播独特的粤酒文化。

折叠屏手机纷至沓来 你准备好“剁手”了吗?

文/图 羊城晚报记者 黄启兵

折叠屏手机从年头开始现身,一直疯传到年尾,都有点让人等得不耐烦了,最近终于进入“高发期”:在11月初的进博会期间,三星折叠屏手机Galaxy Fold低调现身,并且紧跟着与中国电信合作推出“心系天下”系列之年度版W20 5G版折叠机;华为的Mate X折叠屏手机,本月内二度开售宣告售罄;更令人意外的是,早已销声匿迹多时的摩托罗拉,突然发布折叠屏新款手机;再加上微软方面已经亮相、计划明年推出的Surface Duo折叠屏手机……一时间,折叠屏手机变身一变而为年末时段“贺岁版”大餐之“主菜”。



展开变身板



折叠可变形

折叠设计“很拉风”自带新意

折叠屏手机发布之初非常亮眼,但随之而来的却是不能如期上市的失望。由于折叠屏技术仍不够成熟,尤其是铰链问题影响手机功能,三星、华为公布的旗舰折叠屏手机不断被推迟上市。

最令人关心的铰链问题解决之后,折叠屏手机结构更趋紧密,设计“很拉风”,展示出众多新颖的功能。顾名思义,折叠屏的两块手机屏幕可翻转折叠。三星与中国电信合作的W20 5G,采用“内折”(屏幕向内折叠),折后外部屏幕为4.6英寸(直角)/4.5英寸(圆角),展开之后变成内屏7.3英寸(直角)/7.1英寸(圆角),活像小块平板电脑。两块屏幕既可独立显示,各自呈现内容;展开之后,又合成一张大屏,适合播放视频娱乐或者阅读——这就是折叠屏的核心思路:分屏显示、多屏组合。

由于屏幕增加且可变,又带来很多新的细节之新。一般直板手机后置3-4个摄像头,三星W20 5G折叠屏手机一共有六个多视角摄像头,分别是:后置三摄(1600万像素超广角摄像头、1200万像素广角摄像头、1200万像素长焦摄像头)、内屏双摄(1000万像素和800万像素双摄像头,支持4K视频拍摄)、外屏单摄(1000万像素前置快拍摄像头)。6个摄像头可根据需要自由切换,不同视角中捕捉别样风景。

用作“贺岁机”有面子但要“抢”

众多手机品牌之所以纷纷选择在临近年尾前一个月时段抱团发布折叠屏手机,除了技术改进日趋成熟稳定之外,还有一个重要原因是市场,此时正是“贺岁版”手机预热的时段。折叠屏手机作为年度最亮眼的“大餐”,寄希望于借助“贺岁版”潮流抢占市场鳌头。

不过,折叠屏手机虽然很适合做“贺岁版”,倍有面子,但一定得提前“抢”方有机会到手。三星中国官网近期放出了几次Galaxy Fold的“秒杀”机会,15999元报价(12G+512G版)比起预估的1万6千1百7元便宜了不少,但很快“秒光”;而华为Mate X在11月15日和18日(8GB+256GB版,16999元)两次开售同样“秒光”。并且网络上一度“爆料”折叠屏手机,有的卖家甚至喊出了高达9万元的价格。

看来要想趁早拥有很“拉风”的折叠屏手机,恐怕还不只是“剁手”的问题,更是如何能够“秒杀”到手的问题了。

对于爱喝红酒的人,酒柜不可将就

文/图 羊城晚报记者 黄启兵

电子酒柜深藏红酒芳香

跟中式白酒不一样的是,红酒显得更为“娇嫩”,对于温度特别敏感,稍有一点点温度的异常,就可能引起红酒口感的变异,甚至变质。如果有幸去过葡萄酒的主要产区、澳大利亚南澳的阿德莱德或者法国及葡萄牙的酒庄参观,就会看到:红酒大多数都会存放在一个超级大的橡木桶里;或者储藏在酒瓶中,用橡木封紧瓶口,并且倒置在搁架上。之所以采用橡木,是为了让红酒与弹性极好的橡木紧密贴合“不漏风”,保持原封不动的状态。而整个储酒空间,就是温度凉爽的地窖或者温度差不多的大储藏空间,让红酒在里面保持安静舒适的状态慢慢发酵,不受温度波动的干扰。“低温+密封”,

电子酒柜与冰箱完美结合

这算是储藏红酒最基本的原理了。有鉴于此,以海尔旗下卡萨帝等主流家电品牌为代表的专业电子酒柜,就是为了保证红酒有着类似于地窖那样的“低温+密封”储藏条件。你如果把专业电子酒柜理解为新一类大冰箱,但又不同于普通冰箱,而是专为储酒而设。当前家电领域流行的变频技术,让专业电子酒柜能够保持最佳储藏温度和湿度,犹如地窖一般凉爽;而冷藏启动时出现的震动,对于红酒储藏来说是一种小的伤害,变频技术也能够减缓启动时的振幅。还别小看了电子酒柜里的酒架,既模仿地窖里储酒时的“倒置”状态,又能减缓冷藏启动时的震动。

一转眼,很快就要到新年了。

酒是新年里不可缺少的助兴佳品,尤其红酒更突显一种生活品味和情趣,略带一种“高贵”的气质。每一个爱酒之人,应该都会有一款自己中意的好酒;但并非每个爱酒之人,都会为红酒找到一台有品位的酒柜。既然追寻着好酒,何不再为好酒找一个舒适的“家”,让品质长存,更是让家庭增添一份科技时尚的情趣呢?专业的电子酒柜甚至带酒柜功能的冰箱,让酒的芬芳历久弥香。

忧,就是食品保鲜与红酒储藏需要不同的温度空间。冰箱“三门三温区”的结构让冰箱内部的各个空间能够独立运行,恒温恒湿。尤其冰箱里设置的进口橡木酒架,让美酒储藏更为精细化。冰箱内部还开启“全领域净化”技术,对于冰箱的主要保鲜空间冷藏室、冷冻室以及变温室智能定制出专属的净化杀菌方案。

“冰箱+电子酒柜”对于大多数家庭来说,是非常实用的,更不会增加太多的成本。如果条件具备,自然可以选择一台专业的电子酒柜,展现主人爱酒爱生活的个性;而如果更希望便捷省事,那么“冰箱+电子酒柜”更符合家庭生活的实用原则。



冰箱与酒柜相得益彰

互惠联盟网平台 开启消费创新模式

深圳互惠联盟电子商务有限公司是由证券时报社等国内权威媒体、上市公司东洋科技、恒丰美林投资公司等优质股东参与组建与运营,背景实力雄厚,经营资源丰富,旗下“上市公司互惠联盟网”是中国首家为上市公司提供垂直服务的网络平台,为上市公司开展商品销售、福利采购、“股东回馈日活动”等营销服务。此次送“股票”活动是出自上市公司互惠联盟平台,消费送“股票”营销模式中,赠送给消费者的为股票收益权(包括分红权),消费者可以进行股票收益权的转让。股票的所有权及基于所有权而产生的其他权利(包括但不限于投票权、表决权、提案权等)归上市公司互惠联盟指定的运营平台所有。深圳市味道生活文化发展有限公司、广东瀚瀚律师事务所、大观信诚(深圳)企业管理咨询有限公司分别承担营销模式服务、法律

服务、咨询服务,为本次开展创新、合规的消费营销活动提供相应支持。互惠联盟平台开发国内消费“股票”,集消费、社交功能于一体的互联网营销工具,已全新推出“免费送股票+消费攒股票”消费模式。互惠联盟平台将指定合作机构购买上市公司广州浪奇(000523)的股票用于此次全新推出的送“股票”活动,所有消费者可以通过互惠联盟平台“盈多多”与合作伙伴“攒股票”小程序应用参与。购买浪奇洗护产品即送相应数量“股票”,关注股票动态。其中消费所产生的“股票”也可以通过好友红包赠送来积攒以及分发。这种模式会刺激消费者重复消费,以累积“股票”最终实现变现。互惠联盟平台消费赠送的“股票”在活动期间有效,活动规则与活动时间可以微信搜索“盈多多”与“攒股票”详细了解。

六十周年庆典

50万浪奇股票 下单即送!

消费赠股票,多买多送

扫描二维码 了解详情内容

[广告] 图中所示的“股票”是指广州浪奇的股票收益权,不含股票所有权。