



萌萌当道!

今年时尚第一名 是杰瑞还是米奇?

文/羊城晚报记者 林清清

大牌们的每年指定动作“新年限量款”，今年终于不吐糟了！正当我们担心鼠年这个考题不好做，不少大牌今年却用可爱的“萌”，反而获取了中国消费者的欢心。

我站杰瑞派

最直接的是，把童年记忆中动画片《猫和老鼠》里的杰瑞请来，作为明星主角。像 Etro 的新年限定款，让总是调皮 Tom 猫的 Jerry，傲娇地站在手提袋上、丝巾上、钥匙扣上、甚至袜子上，很是得意。价格也比较亲民，联名丝巾约合人民币 650 元。

我站米奇派

萌萌可爱不是只有你们一家啊，米奇表示不服。Gucci 自从去年与迪士尼合作联名款之后，好评如潮。今年鼠年当然继续大推。Gucci x Disney 联名系列，今年不仅有“爆款”水桶包、小白鞋，连看起来十分高档的度假服装上，也闪现米奇俏皮的身影。

我谁都不站只站我自己派

每年都成为话题王的 Burberry 表示不服！没有签到老牌明星网红杰瑞或是米奇，他们有自己的“博博博”！



习惯了“大雪”不见雪，却料不到“小寒”竟然也未见雪，26℃的高温再次阻挡了广州入冬的步伐。

一周火锅日历 爱上麻辣让身体燃烧

文/图 羊城晚报记者 王敏

星期一 吃块鸭血，快速打“鸡血” 推荐餐厅：谭鸭血老火锅

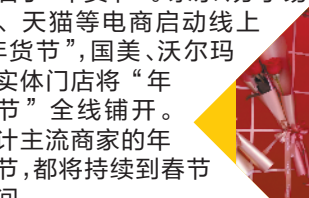
忙碌的一周开始了，需要打“鸡血”的你，不如先吃块鸭血补充元气吧。这家凭借一碗鸭血开了上百家店的火锅店，每家门店都标配了两口镇店龙头锅，一锅煮鸭血，一锅做卤味。

星期二 保持轻松心态，翻牌秘方涮菜 推荐餐厅：电台巷火锅

工作堆成山的星期二，越忙越是要保持轻松心态，从容面对。在电台巷火锅里坐一坐，简约怀旧风的设计，使心情顿时慢了下来。低调的店面环境、朴实的菜单、新鲜的食材直接装在不锈钢小盆子就端上桌，营造出热烈而“巴适”的市井风情。

星期三 工作使我忧郁，火锅使我快乐 推荐餐厅：渝焱重庆秘宗火锅

工作日才刚刚过去两天，距离周末还有两天，如果周三使你忧郁，你需要一顿正宗的重庆火锅。相关研究表明，大量摄入辣椒素可以促使大脑分泌内啡肽，使人产生欣快感。



文/羊城晚报记者 黄启兵 图/羊城晚报记者 施沛霖 黄启兵

2020 年新年刚到，无论是线上电商还是线下实体店，都开启了“年货节”。京东、苏宁易购、天猫等电商启动线上“年货节”，国美、沃尔玛等实体店将“年货节”全线铺开。

“有钱没钱，回家过年”，迎接 2020 年的“年货节”，有哪些亮点值得关注呢？还是来先睹为快吧。

看民以食为天 爆款任你选 从国人消费特点看，年货消费普遍以“吃”为主。每年春节，各地土特产年货关注度最高。

这位风靡数十年的“老牌网红”，群众基础是相当好的！一时间，各路明星都开心穿上现身，杨幂、李宇春纷纷带货。同样喜欢米奇的还有 Miu Miu，不过少女心的 Miu Miu 选择的是米奇的女朋友米妮。

如果细究起来，国人“年货消费”会根据春节进程有所区别：春节前一个月时，往往开始全面筹备，大范围准备；临近春节半个月，为除夕大餐准备的食物消费紧密锣鼓；还有春节礼品、消费品等；春节时段，则以零食、走亲访友礼品等为主。



总平台，打造送装同步、套购商品“一次达”，一级城市“当日达”，县城“次日达”，晚则就、一键退换等标杆服务。

既有“老三样” 又有新名堂 纵观年货节的商家动作，依然是“老三样”。一是直减，低价限量发售，尤其是知名家电精品将迎来幅度较大的直减；二是用券(领券、送券)；三是套购，主要针对新婚新居消费，成套购买达到万元以上一定金额，能够获得更多实惠。

物流 人还未出发 年货已到家 临近春节，电商送货始终令人担心。对于实力单一的网店来说，物流配送春节之前普遍存在“停摆”现象；但对于苏宁易购、京东、国美这些知名大电商而言，年货节普遍实行“过年不打烊”，保证精准送达。

电商形成稳定体系之后，“人还未出发，年货已到家”。消费者可以在网上、在门店、在城市、在乡村，在商家能够覆盖到的地方，都能买到好年货。苏宁易购今年年货节提供 1 小时场景生活服务，城市居民消费者在苏宁易购和家庭福线上购物，1 小时履约；四至六线的县城以及所辖乡镇和农村地区的消费，24 小时送货。

“乐鉴”升级,为新年加“码” 保乐力加中国推出新一轮“乐鉴码”活动

文/程行欢 杨广



还要靠百度、知乎来了解和鉴别洋酒？那你就 out 了！知名酒企保乐力加推出“乐鉴码”之后，扫一扫就能知道产品所有的信息，甚至包括背后的产品故事。

了解一瓶葡萄酒背后的故事的同时，只需加入保乐力加会员计划，完善个人资料，便有机会参与幸运抽奖，赢取多重好礼，美美满满过佳节！

首批通过“乐鉴码”赋能的葡萄酒产品，已于 2019 年底开始在全国陆续上市。消费者可通过各大电商平台、商超门店以及知名国际酒店和高端餐厅等渠道购买到“加码”后的保乐力加优质葡萄酒产品，与挚友亲朋在节庆中共同开启一场美妙的品酒之旅。

此次，保乐力加中国旗下逾六大葡萄酒品牌的 21 款产品的包装上都率先新增“乐鉴码”标签，以简单直接的方式，进一步加强消费者与品牌之间的互动。

保乐力加中国旗下逾六大葡萄酒品牌，在满足消费者更多需求方面不断进行努力创新，实践也证明，“乐鉴码”在提升消费者互动体验方面起到了非常积极的作用；同时，通过逐步完善、升级该项功能和技术的保乐力加希望可以进一步加深消费者之间的更轻松的互动沟通，这也是该公司把数字化手段融入产品、增强消费者连接的再一次生动演绎。