

奢侈品牌“排长龙”：限流是为了更优质的服务

近日，羊城晚报记者走访广州太古汇发现，爱马仕、香奈儿、GUCCI、LV等多家奢侈品牌门店均出现了排队进店的现象。上周四下午4时，记者现场统计，排队人数最多的是GUCCI门店，有接近30人。现场导购人员告诉记者，这是广州太古汇的普遍现象，并不是最近才出现的特殊场景，因大部分奢侈品牌为了保证服务质量，所以会限制进店人数。工作人员表示，此前受疫情影响购物人数较少，最近客流量上升，排队现象再次出现。

在当天16:00-17:30，记者统计了部分奢侈品牌的排队时长以及顾客在店铺内的逗留时间，其中爱马仕平均每分钟会让一名顾客进店，若是两人前来，则需要与前一进店位的顾客间隔约10分钟，三人前来的顾客需要与前面进店的顾客间隔约18分钟，进店的顾客逗留时长大部分在30分钟以上。LV门店的排队时间较短，记者统计在10分钟以内有近10名顾客进店，但部分客人的逗留时间较短，仅在店内逗留了5-10分钟。

一名爱马仕店员告诉羊城晚报记者，自三月以来，每天都会出现排队的情况。记者随机采访了几名正在排队的顾客，大部分顾客表示他们并不是经常前来购物，但是这些奢侈品牌在其他城市例如北京、上海、香港等都是需要排队的。有顾客表示，今年无法出国可能也导致了排队人数较多。

广州太古汇相关负责人接受羊城晚报记者采访时表示：“据我们观察，自复工复产以来商场方面的人流一直在稳步上升，随着多个新品牌的进驻和场内活动的逐渐开展，越来越多消费者重返商场购物及参加活动。目前商场客流量已经恢复到我们以往的较高水平。”

“答应我，买它”、“全体女生注意了”……当线上直播购物还在火爆的时候，广州各大高端商场频频“出招”，形式多样的活动让消费者感受到走出家门的愉悦，大牌新店近期更是纷纷入驻广州商场，顾客在“家门口”也能近距离感受到国外大牌的魅力。羊城晚报记者实地搜集了广州各大高端商场近期推出的活动，快闪店、概念店、展览等形式应有尽有，随着秋冬新品陆续上市，还有门店“大排长龙”。



瑞士HUBLOT宇舶表华南首店落户广州

“华南首店”、“旗舰店”纷纷入驻广州商场

近期，第一太平戴维斯发布的《中国奢侈品零售报告》显示，随着疫情防控常态化，社会经济正在迅速适应，全国各地线下商场4月全面重启。5月以来，结合多个线下促销活动的展开，推动消费市场人气回升，报告还显示，从北京、上海、广州、深圳、成都、武汉六大城市顶级商场客流指数上看，广州是唯一在6月突破历史均值的城市。

随着市场的回暖，国内外各大品牌纷纷入驻广州商场。8月16日，TOM FORD（汤姆·福特）全球最大旗舰店正式在广州

消费回暖！高端商场各出妙招 大牌新店“组团”进驻

文/图 羊城晚报记者 徐炜伦

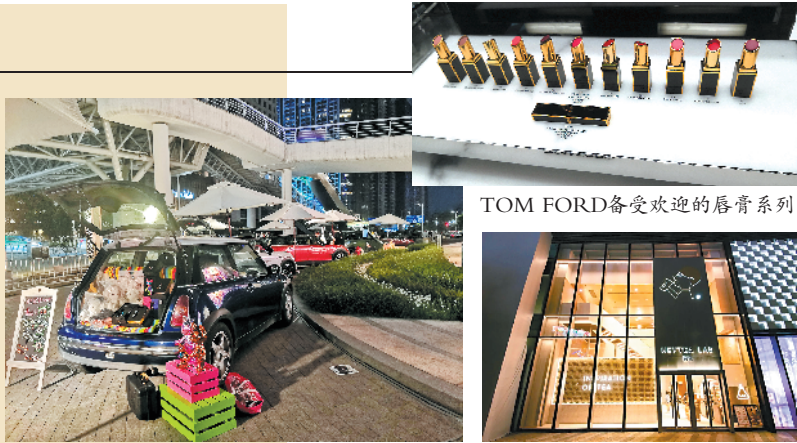


在广州太古汇，顾客在GUCCI店门前排队等候

天环广场Parc Central开业，据了解，天环会员可凭积分优先预定全国独家首发的限量版新品，记者询问店内销售人员得知，新店开业后每天进店的顾客都很多，新品的推出比其他地区早了半个月左右，开业后不久，限量版新品就已经被预定完了。此外，天环广场在近期还陆续推出了广州首家法国娇兰 Guerlain 精品店、电器品牌松下 Panasonic Beauty 广州首店、以“老广茶楼”为主题的“网红”茶饮喜茶广州首家LAB旗舰店、甜点品牌 KNOT 珞珞首家

主题门店等。广州K11购物艺术中心则在6月16日迎来了本土原创潮流服饰品牌Cicadahood（蝉市）的开业，随后超人气网红特饮店Mo Labo于7月25日开业，海马体照相馆于8月12日试营业。广州太古汇相关负责人表示，近期奢侈品市场回暖，太古汇按照计划开出了不少广州首店，如法国轻奢品牌ba&sh、法国国宝级烘焙店GONTRAN CHERRIER、网红咖啡馆ELE-PHANT GROUNDS等。太古汇二楼还重新规划设计了一个专

门的钟表和珠宝空间，多个高端钟表珠宝品牌全新进驻。日前，瑞士知名制表品牌HUBLOT宇舶表的华南区首店在广州太古汇钟表和珠宝空间开业，为广州高级腕表市场注入新生力量。新店展出了首次亮相广州的宇舶表Big Bang灵魂陀飞轮高级珠宝腕表与MP-07 40日动力储存蓝宝石腕表，其中MP-07 40日动力储存蓝宝石腕表设计灵感来自于超跑，全球限量发行10枚，售价高达300万元，吸引了不少腕表爱好者及收藏家的眼球。



广州K11的MINI汽车集市

TOM FORD备受瞩目的唇膏系列



以“老广茶楼”为主题的喜茶广州首家LAB旗舰店(受访者提供)

商场频频“出招”，活动形式多样

商场客流量增加的背后，离不开商场开展的一系列营销活动。据太古地产此前公布的2020年第二季度运营数据汇报显示，广州太古汇零售额同比增长3.4%，是太古地产内地5家商场中零售额恢复正增长的两家之一。受疫情影响，今年一季度广州太古汇曾出现了21.2%的负增长。广州太古汇相关负责人接受羊城晚报记者采访时表示，3月至5月，太古汇针对不同品类分别推出了三轮促销活动，共拉动近1.2亿销售（仅针对促销品类所录得的数据），很好地抓住了疫情恢复期的第一波消费。

“虽然2020年第一季度阻断了我们开业以来连续32个季度销售同比增长的记录，但第二季度我们重回正数，录得3.4%的增长。至此，我们成功实现了上半年追平去年同期销售的目标。”

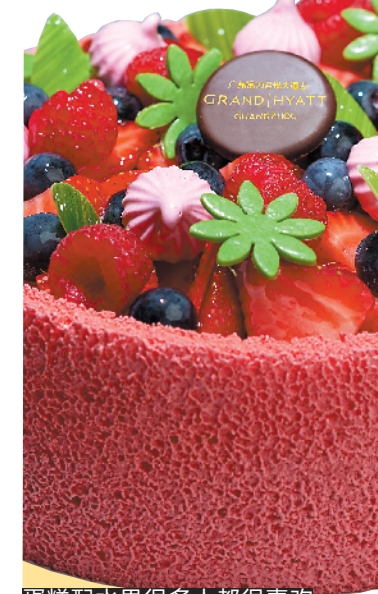
在商场活动方面，广州太古汇在4月举办了疫情以来广州商业界的首场线下展览——韩国人气IP KAKAO FRIENDS展，此后又陆续推出抗疫艺术展、广州语言观察展以及年中最大的市场活动“与你为邻，自然共生”动物保护主题展览，不断给商场积聚人气，通过线上和线下的联动，大大

激发了会员的活跃度。天环广场则推出了潮玩品牌泡泡玛特POP MART主题展，超过20款公仔遍布天环，还有盲盒机供顾客体验。广州K11购物艺术中心于7月起开展了首届艺术节，既有《卡奥斯狂想》艺术展览，也有《天生爱燥》音乐节。此外，广州K11购物艺术中心还推出了多家主题快闪店，如韩国艺术冰淇淋品牌百味堂华南首家快闪店、服装品牌Un-breakable快闪店、PSO Brand快闪店，以及将于8月21日至8月25日登场的七夕户外快闪酒吧，吸引顾客前来消费。

除了在室内开展活动，广州K11还将活动地点拓展到室外。八月初，广州K11举办了MINI车尾箱市集，由20部MINI汽车排起市集的队伍，在车尾箱摆上各式各样的商品供顾客选购。记者走访发现，现场人气颇旺，汽车车尾箱上的商品包括鲜花、衣服、公仔等，价格对于消费者而言更容易接受，顾客对汽车市集这种新鲜的形式较感兴趣。市民张女士表示：“逛市集更能带来逛街的感觉，以往只能在别人求婚仪式上看到的装满鲜花的车尾箱，现在也能亲眼看见了。”

羊城晚报 美食

不时不食



蛋糕配水果很多人都很喜欢

秀色可餐 细品芳华 鲜花水果 风雅入馔

文/羊城晚报记者 宋韵潇 实习生 屠欣怡 图/商家提供



鲜花入菜，奇花争艳添滋味

妙，为家常菜提香。除了向日葵花盘，盒马还在全国多个城市上线“荷塘月色”系列。把来自湖北的新鲜荷花、荷叶、莲藕、菱角，还有来自云南的可食用玫瑰搬上货架，为市民餐桌增添浓厚的季节色彩。羊城晚报记者发现，在荷花的外包装盒及盒马的app商品页面，店家还附赠食谱：将荷花搭配扣肉、鸡肉等荤腥菜肴一同食用；也可以将荷花瓣在蛋清淀粉中挂糊，下油锅炸，制作出一道香气扑鼻的荷花天妇罗。此外，有的食用花卉还可以与茶、色拉、羹汤、甜品等搭配，烹制出不同特色的美食和茶饮。

如今，不少市民会带着家人到郊外野外游赏。其实，美丽的鲜花不仅能盛开在田野中，也能绽放在餐桌上，食用类鲜花入馔自古以来就有。将花卉作为食材，不仅能一饱眼福，也能让食客一饱口福，既有营养又能美容。在盒马鲜生超市，记者发现，向日葵、玫瑰、荷花等花卉纷纷现身食材区，并受到不少食客追捧。

其中，饱满的向日葵花盘就颇受顾客青睐。记者向该超市的生鲜采购员了解到，向日葵花盘是一种“娇贵”的食材，主产于我国西北部，运输过程容易损坏和掉粒，不太适合长距离运输。因此，盒马会给予所有向日葵花盘穿上透气无纺布“外套”，全程为它们“保驾护航”。据介绍，葵花籽不仅能作为零食，也可与菠菜、虾仁等一起

惬意午后，果味茶品来助兴

炎热的天气常常会让人没了胃口提不起食欲。不过，若在菜品中加入水果的清香与酸甜，口感瞬间就会大不相同。此前，广州不少酒店都借着夏日推出主打水果口味的下午茶套餐，拟用清爽的水果搭配精致的西式餐点俘获食客的心。如广州富力君悦酒店关系西廊推出的水蜜桃与无花果下午茶，是由曾荣获2020年奥林匹克

甜品世界冠军的饼房主厨挑选当季新鲜水蜜桃和无花果，将清新果香融入各款茶点：意大利醋鲜无花果挞、法式奶酪水蜜桃蛋糕、慢煮香橙水蜜桃草莓清汤……328元就可享受双人下午茶套餐，还两杯夏桐气泡酒赠送及咖啡、茶、特调饮品任选一款。而保利洲际酒店月色西餐厅则主打菠萝与无花果，并推出了

齿颊芬芳，热带水果来入菜

在我国海南、云南南部等热带、亚热带区域，炙热的阳光和丰富的雨水孕育了品种繁多的热带水果。它们味道甜美、果汁丰富，受到不少吃货的追捧。居住在热带的人们也“因地制宜”，将当地出产的水果作为食材，研究出不少新奇的水果菜肴。在经典的海南水果菜中，有将酸甜芒果与糯米结合制成的芒果糯米饭，也有把菠萝作为食材及餐盘器皿的菠萝炒饭，而椰子鸡更是将清凉消暑的椰子水与鸡结

合，烹制出风靡大江南北的美味佳肴。而被称为“果汁之王”的百香果，由于它富含石榴、菠萝、草莓、柠檬、芒果、酸梅等数种水果的香味，因此得名百香果。广州“琼瑶”海南菜餐厅的大厨，别出心裁将百香果与鲈鱼搭配，推出一款口味奇特的新菜——百香果鲈鱼。鲈鱼腌制后下锅煎炸，然后佐以清新的百香果勾芡调味，香脆的鱼肉与酸甜的百香果互相碰撞，奇妙的口感清新又开胃。



水果入菜酸甜清爽

为啥我做不出漂亮糕点？看看“烘焙达人”怎么说

文/黄启兵 图/黄文倩



高水平的视频教材更直观、更容易上手



认真对照细节，多做几次就会越做越好

最近半年，不少人都在家“专心研究厨艺”，一时间烹饪水平大涨；而漫长的暑假更让一些“新晋厨神”向专业化进阶，烘焙就是其中一项。公共营养师周先生最近在朋友圈中晒出九张成果图，引来一片点赞。当然，也有一些人会晒出人哭笑不得的“失败作品”，就连很多人眼中平平无奇的面包、蛋糕等“惨不忍睹”——明明是照着葫芦画瓢，为啥做的糕点就不如别人漂亮？现在就听听“烘焙达人”怎么说。

不只是兴趣，更重要的是健康

此前大家学厨艺，不外乎两大原因：一是无聊，二是有趣。但真正的“烘焙达人”最看重的还是健康。做美术设计的黄女士姐妹俩在自己的朋友圈是小有名气的烘焙达人，她们经常会晒出很有专业范的糕点，而姐姐的手艺更为纯熟。黄姐说：“我玩烘焙已有六年时间，最初是因为女儿当时一岁多，想做些简单的饼干、蛋糕、蛋糕之类的给孩子吃——因为自家做真材实料，比

买的更放心。”黄妹则认为：“卫生条件还是自家更放心。”同是烘焙达人的眼科医生刘女士也表达了同样的观点：“我最注重的就是食材，一定越天然越好，我绝对不会放任何添加剂。自己做，就是要追求食材原本最天然、最健康的味道。”目前还只是烘焙菜鸟的媒体人士余先生表示：“其实，自己做面包的成本一点也不低，用的黄油什么的还挺贵的。但给孩子做每天吃的面包，感觉更安心。”

照葫芦画瓢，最关键的是领悟

兴趣是最好的老师。现在，网络上有很多烘焙兴趣社群，甚至在抖音、快手还有很多如何做烘焙的视频教程。如果你是个新手，初期会不断模仿别人的做法；如果你是一个进阶到中高端水平的烘焙达人，就会反复观看人家成功的示范。

刘医生坦言：“烘焙达人的书和相关视频都看了，但我更喜欢看视频，高水平的视频教材更加直观、更容易上手。”手艺纯熟的黄姐认为只看配方是远远不够的，想要成功做出既美味又高颜值的甜点，一定要多看视频，很多时候，哪些材料先放，哪种后放，做出会有很大区别。她甚至愿意付费看烘焙视频：“我特别喜欢看Tin-ry的烘焙视频，对新手特别友好，讲解非常清晰、到位。”

不惧怕失败，要不断完善细节

至于如何才能算成功？首先是形状，看起来要像模像样，刘医生说，不管是蛋糕还是面包，不走样就等于成功了一半；其次就是要好吃。不过，就像很多“菜鸟”在朋友圈感慨的那样，明明照着方子做，但就是不成功。余先生说：“完全按照面包机的配方做，也会时好时坏。看着完全塌方的面包，心情很沮丧；做成功就像中彩票一样。每次揭开面包机盖的那一刻，心情会很紧张。”

效果不稳定究其原因，就是细节把控很重要。刘医生说：“配方只是一个大概比例，要自己在实际操作中微调。每种面粉的特性不同，用的水、其他材料和对时间的把控等，每一步都有需要注意的小窍门和关键点。”失败是成功之母。黄妹妹也有过与不少人相同的失败经历。一次她让孩子动手做蛋糕，蛋黄和蛋白没有分离得很干净，就多了那么一点点，蛋糕就发不起来，一家人只好吃饼。她说：“认真对照细节，多做几次就会越做越好。”

必先利其器，玩顺手的都是“神器”

“工欲善其事，必先利其器”，每一个烘焙达人都有自己的“利器”，烤箱也是其中一个关键点。烘焙达人普遍推荐的是40升左右的中等容量烤箱，20升以下的大小，60升以上会太大，不太适合一般家庭使用，建议最好不要买手动调温的烤箱，电子控温的会更好。黄妹妹则会说：“每个烤箱的‘脾气’都不一样。即便是同样的烤箱，控温都不一定相同，而你所处环境的温度、湿度也会影响烘焙作品的成败。”