

广州多家新店频开业 加速布局探索新零售

文/图羊城晚报全媒体记者 汪曼 实习生 杨楚滢 林少娟 薛思宇

近年来,诸多品牌都在不断探索实现新零售的方式,互联网品牌走向线下,传统品牌走向线上,各有思路。近期,ME+、a1零食研究所、乐高授权专卖店、Zippo等多个品牌落地广州,羊城晚报记者实地走访,一起来看看这些新店有何特色!

乐高玩具店: 线下试玩,线上引流

乐高,玩具中的硬通货,素来不乏市场的流量与追逐。“我们有积木,而你有想法。”这是1992年乐高产品目录中的一句话,也是乐高商业模式中最核心的精髓——的确,仅需6块积木,就能创造出逾9.15亿种可能的组合。

Zippo生活方式店: 传统品牌探索新零售

除了生于互联网的品牌在试图落地,完成线上与线下融合外,传统品牌也探索新零售之路。美国知名防风打火机品牌Zippo,正向“生活方式”品牌转型。

同场加演 粤海天河城: 日均客流量20万左右

除了特色实体店外,去年底正式亮相、开业不足一个月的粤海广场天河城同样吸睛,38万平方米商业综合体,囊括了27万平方米购物中心、甲级写字楼和LOFT公寓,配套2300多个停车位,跨越地下4层,地上7层。

345m²量贩式饰品店: 有“晒点”助“出圈”

随着女性消费的崛起,“女性经济”一直是市场最看重的热点赛道。追求美,正日益成为社会生活中一种常态化的需求。

新零售“蓝海”争锋下,饰品行业有何新招? 1月11日,羊城晚报记者走访了刚刚开业的ME+饰品热搜站。这家开业不足两周的饰品店获评4.19分,被网友戏称为“没有一个女生能空手走出去的店”。

a1零食研究所: 处处皆是网红特色

休闲零食并不是新鲜事物,每个年代的人都有自己的零食记忆。而互联网的发展则让休闲零食市场迎来了新发展,爆款频出。

近日,成立仅4年,已完成了三轮总计3.5亿元融资的互联网高端零食品牌——a1零食研究所,带着产品和新零售方式落地广州。

除了2018年的蛋黄酥和2019年蛋糕两款超级爆品外,a1零食研究所还有什么新花样? 羊城晚报记者了解到,作为互联网休闲零食品牌,a1零食研究所原以移动电商渠道销售为主,在2019年完成1亿元B轮融资后,开始重点发力新零售渠道,开设品牌线下店,而其线下门店则显示出鲜明的“网红”特色。



a1零食研究所(北京路天河城店)

复刻100年前广府名菜盛宴

文/图 羊城晚报全媒体记者 宋韵 实习生 蓝月帽

100多年前广州人的宴客餐单你见过吗? 上菜流程与今天有何不同,哪些菜时至今日已几近消失,当年的味道究竟如何?

广州博物馆收录了一批民国时期粤菜酒家老菜单,近日从陆羽居、新华酒家、华南酒家等当年本地名酒家的旧菜单中,精心挑选了部分菜品进行组合,携手中国大酒店复刻有百年历史的“消失的名菜”。

“消失的名菜”再现江湖

据悉,民国时期的粤菜名席源自清代的满汉全席,100多年前曾是广州市民生活的一抹奢华亮色。然而,随着历史长河的流淌,当年有口皆碑的广府名菜和为市民津津乐道的食肆掌故,已逐渐在人们的记忆中远去。

岁月虽消逝,文物恒久远,为重现昔日广府名席的荣光,广州博物馆携手中国大酒店,对民国时期的老菜单进行深入研究和探佚,并精心挑选了部分名菜,让失传的粤菜重新回归餐桌,再现昔日广府名席荣光。

Table with columns for menu items, prices, and restaurant information. Includes items like '二生果', '二京果', '四冷萃', '四热萃', '六大碗'.



前菜 “二生果”“二京果”“四冷萃”

“二生果”与“二京果”中的生果是树上刚摘下来的果子,而京果则是蜜饯。生果和京果的选材和搭配会随时令变化而更改。

主菜 “四热萃”“六大碗”

据历史考证与名家口述,“四热萃”是整席筵席的精华,是旧时衡量一名厨师功底的考题,“四热萃”采用的都是普通食材,其珍贵与否全在于厨师的“匠心”、“匠意”及“绣花”功夫。

甜品 “金银鸡蛋糕”“菠萝浴日”

徐师傅说,“金银鸡蛋糕”与“菠萝浴日”最难复刻。金银鸡蛋糕分两层,烘焙西式蛋糕底,中间放莲蓉,而蒸的蛋糕对时间把握要求极高,要精确到秒,师傅们做了30多次才将最佳时间确定下来。

“四热萃”最考大厨功底 爽滑Q弹、技艺繁复的“江南百花鸡” 细腻滑嫩、口感香甜的“菠萝浴日”