



“中原是越南第一大咖啡品牌,中国是中原的第一大海外市场,像G7等品牌备受中国消费者欢迎,我们一年在中国的销量超过了7亿包。”来自越南中原咖啡的黎武强告诉记者,中原咖啡一直在加码对中国市场的布

“在越中经贸合作关系上,广东作为中国对外经济贸易规模最大的省份,一直占据着最重要的地位,目前和广东之间的贸易规模目前约占越南和中国贸易总额的20%,双方的生产结构和进出口商品具有巨大的互补性。”越南工贸部副部长杜柱海表示,本届中博会让中小企业有机会面对面地交流,从而寻找新的投资经营合作机会,希望能进一步促进越中中小企业之间的业务联系。

端午节期间,广州市商务局组织开展发放消费券、优惠折扣、主题节目等各类促消费活动,聚焦商圈、百货等重点商业载体,多家商业企业推出打折、满减、补贴等不同形式的促销活动,结合端午习俗,打造多种互动体验式的消费新场景,不断释放消费潜力、提升市场活力。

此外，广州市商务局开展2023广州购车以旧换新补贴政策，投入政府补贴资金2亿元，促进汽车更新消费。天河区举办2023汽车促消费专项活动，重点在汽车、油品发放政府消费券和消费礼品，进一步丰富消费供给，提振消费信心。黄埔区发放“魅力黄埔 幸福购”为主题的政府消费券，聚焦电商、汽车、家用消费品等大宗消费领域，让利于民、助商惠民。南沙区商务局联合银联、唯品会，向市民发放第三批消费券，联动区内六福珠宝、茶里、良品铺子、溪木源等知名品牌，覆盖零售、餐饮业态，累计带动消费超3000万元，有效营造节日消费氛围。

在推动电商进农村,激发消费新活力方面,从化区温泉镇开展第二届荔枝节暨文旅创意汇,江埔(欣荣广场)举办荔枝嘉年华,组织荔枝种植大户、合作社和农户到现场售卖并直播新鲜荔枝及“一村一品”土特产,与物流公司合作,创新和丰富荔枝销售形式,拓宽销售渠道,促进联农带农,塑造有影响力的荔枝品牌,推动文旅交融,签约重点项目,激发文旅消费活力。



羊城晚报记者 汪海晏

北京市市场监管局网站相关处罚信息显示,2021年5月,上海锐信信息科技有限公司在北京市东城区安定路26号电梯内设置显示屏广告“医美级蓝宝石高级脱毛仪”广告。广告页面分为上中下三部分,其中上方为图片,中间为视频,下方为图片。上方图片有“医美级蓝宝石脱毛仪”字样;中间视频台词包含“高级”“有蓝宝石的就是高级的”“高级女人用高级的”等内容;下方图片中有“高级女人用高级的”“连续5年销量遥遥领先”等内容。

官网信息显示,该脱毛仪是杭州某公司孵化的全球首个将院线冰点脱毛科技家用化的脱毛仪品牌,于2016年推出第一代冰点脱毛仪,目前旗下产品已经更迭到第7代。

“对于秉承初心的向群来说,‘必吃榜’对我们是最大的礼物。”张剑炜告诉记者,向群最初上榜的门店是文津路老店,到了向群三十年的时候,我们打算开进商场,从街访店向商场店做转型,进一步传承粤菜精神,“当时我很担心客人会不会认可我们的转变,本次商场店

据介绍，木棉餐厅主推“新式粤菜”，在传统的粤菜“好吃”的基础上，通过摆盘等方式增加互动性。而在烹饪之新之外，木棉·醉心粤味依然保持着传统粤菜对食材的初心。“粤菜讲究锅气，炒菜心、猪油渣炒菜都是必须是新鲜食材热锅炒。”陆伟明告诉记者，用心把控细节，做出有温度、有鲜味的菜品，这才木棉·醉心粤味这家“新式粤菜”受到了广大食客的欢迎，“能评上‘必吃榜’对我们来说更是一个肯定。”陆伟明透露，大众点评2023年“必吃榜”入围名单公布以来，店里的客流量增幅超过20%。

广州市农业农村局表示,接下来将持续监测与调度全市荔枝产销情况,关注荔枝市场发展,继续以“1+N”形式发力全市及主产区力量,陆续举办从化流溪荔枝节、增城荔枝文化旅游节等传统宣传活动,打造“美荔共享”荔枝销售模式。推动各大电商平台与荔枝种植企业(农户)合作,推广荔枝定制模式。同时,以荔为媒推进荔枝“+旅游”+酒店“+礼品”+公益”等销售模式,发布荔枝主题休闲农业精品路线,以不间断的营销活动为广州荔枝丰产丰收开疆拓土。

