



聆听幸福心声

鹏飞和慧子结婚两年多了,依然保持着热恋般的状态,身边朋友们总拿他俩逗趣,话里话外流露着羡慕的意味。问起他们爱情保鲜的秘诀,鹏飞笑而不语,慧子说,是聆听。

由于单位离家远,慧子每天总要比鹏飞先出门。临走时,总会不厌其烦地叮嘱:粥温在锅里,煎蛋别忘吃,中午好好吃饭,睡一会儿,少抽烟……然后是熟悉的关门声。

鹏飞同样大声关照,慢点儿骑车,靠边走,下班早点回家。这样的画面每天都在重复,柴米油盐的日子看似平淡无奇,两人却相互感知着对方给的温暖。

一个恬静的夜晚,鹏飞和慧子坐在飘窗前,听着雨声和轻音乐,一起回想起过往的岁月。忽然,鹏飞望着灯火阑珊的街头发呆,岁月静好,和慧子琴瑟和鸣真的特别知足、幸福。想着想着,鹏飞亮了亮手上的戒指,和慧子十指相扣,两人依偎在一起,露出甜蜜的笑容。

戴在两人手上的戒指是他们第一个结婚纪念日的礼物,这款名叫“聆听”的对戒正是鹏飞和慧子的爱情印证,也是和睦美满婚姻的相互之道。慧子说,相互碰撞摩擦,愉快和不愉快都是爱的表现形式,爱需要表达,更需要聆听。



本期宝贝:
周大生对戒“聆听”

藏宝物语:

这款对戒是周大生设计师方龙慧子的作品,方龙慧子用动态首饰来展现人与人之间碰撞,这种碰撞可以是交流、合作、争执、爱情等等。把“碰撞”实体化,做出一件有声音的首饰。古时女子喜欢佩戴配环,配环碰撞发出的清脆响声,代表着男女之间的传情。

此款戒指有一个凹槽,里面设置了两个小金珠,它们可以在凹槽里自由游走碰撞,这声响既可以是男女之间的絮语,还可以是长辈的叮咛,作为礼物或信物都非常合适。独特的创意似乎能让首饰灵动起来,展现自身的神奇。

沸腾一夏 火锅市场

本报记者 武姣

3. 做强品牌是关键

目前的郑州火锅市场是否需要停下来想想,初衷和梦想是什么?之前走过的路是否扎实?

专家预测,明年或将迎来郑州火锅行业大洗牌,爆发式增长不会持久。那么如何才能立于不败之地?

毋庸置疑,在专业化基础上做强品牌是火锅店的必经之路。品牌影响力是店面品质、口碑、形象的表现,对于火锅店来说,品牌的核心竞争力体现在产品品质、就餐环境和经营策略上。

“鉴于火锅店的行业特性,虽然把重庆火锅照搬过来不太现实,但可以在正常标准基础上,重新配料,严格把关食材。”黄河饭店副总经理熊涛说。

据介绍,香天下火锅黄河店将定期推出变脸等重庆民俗表演,来营造更好的就餐氛围,在增强消费者体验感方面实现创新。

韩伟表示,服务是不变的宗旨,如果服务与食材、体验感三者均衡起来,差异经营突出特色,不仅能满足消费者需求,而且能提升品牌优势。

据张海林介绍,为推进火锅行业标准化、规范化经营,进一步培育火锅品牌企业骨干力量,首次全国火锅店分等定级启动。我省也积极响应,在河南省餐饮与饭店行业协会的指导下,将为火锅店挂星。

1. 郑州掀起火锅热

记者发现,前段时间气温飙升至38℃时,郑州市多家火锅店生意异常火爆,不少消费者坐在店门口排队等位子。“天气虽然很热,但店里面冷气足,吃火锅不受影响,感觉比冬天吃火锅更得劲。”市民小徐说,火锅不再是冬天的专利。

在消费者眼中,炎夏吃火锅已成为潮流,一方面由于河南人口味偏重、嗜辣,喜爱火锅的味道,另一方面是因为火锅属于大众消费,且品牌多、选择余地大。

海鲜火锅、牦牛火锅、鱼火

锅……目前,各式各样的火锅店遍布在郑州市大街小巷,甚至一条路可以找到十几家火锅店。除了海底捞、巴奴、小肥羊等经典品牌,半年来,郑州市新开业火锅店如雨后春笋般涌现,如各种不同命名的小板凳吧式火锅瞬间爆红,深受年轻消费群体青睐。

据悉,香天下火锅黄河店已于7月28日开业,成为黄河饭店转型的重点项目,同时天旺店已于上周开业,未来香天下火锅将在郑州开到13至15家店面。另据了解,未来半年在郑州市街头和购物中心还将新开多家火锅店。

业内人士戏称2014年是郑州的“火锅年”,无论消费需求还是市场竞争都是前所未有,火锅店在郑州市场异军突起也绝非偶然,不过,爆炸性增长所带来的热度并非良性。

2. 市场混乱引担忧

“当下郑州火锅热的现象是不健康不正常的,背后存在诸多隐患。”河南省餐饮行业协会常务副秘书长张海林说,火锅店门槛低、投入少、利润高,于是不少商家跟风开店,虽然宣传到位,营销做得也不错,但是,能存活多久就要另当别论了。

张海林表示,相比经营,最令人担忧的是食材问题,并非所有品牌都能保证食材安全、卫生。特别是辣椒的使用,商家在火锅健康饮食方面少有正确引导。

目前郑州火锅市场主要分为三大主流,一是以海底捞为代表的推崇服务理念的火火锅店,一种是以巴奴火锅为代表的重视食材、口味的火锅店,另一种则是突出店面装修风格以及消费体验的火锅店。虽各自细分市场,定位不同,但不免出现同质化严重的问题。

有分析人士认为,除了个别已标榜出特色的品牌,不少打着重庆招

牌的火锅店不仅店面雷同,而且口味区别不大,有的店装修看似精美风格却不突出,菜品主推方向一致,整体品质不高。

“单从口味方面说,好像都一样,很少吃到让人印象深刻的火锅,跟重庆地道的火锅比还有差距。”对美食颇有研究的小刘告诉记者。

“郑州火锅热本应该是好事,可看不到几家有名的本土品牌。”美食圈杂志主编韩伟表示,随着消费者对火锅的理解越来越深入,鉴赏能力逐步提高,给商家经营带来很大的挑战,能否走得更久远需寻求突破。



姣姣带你吃郑州

栏目记者 武姣

彻思叔叔:起司蛋糕的诱惑



“彻思叔叔来了!”8月11日,在郑州国贸360广场负一层,两个清新可爱的女孩蹦蹦跳跳、异口同声地说。20分钟后,只见她俩手捧着一块热起司蛋糕,站在店内前台大品尝,“嗯,好吃!是正宗的彻思叔叔,跟咱们在台湾吃的一模一样。”话音刚落,

旁边排着长队的人们露出了期待的眼神。这一幕,发生在试吃成员全部到齐之时。

说起芝士蛋糕,每个人的味蕾记忆中都会有一份特别的存在,有着“逢到之处必会掀起排队热”来头的彻思叔叔,似乎又给芝士蛋糕蒙上了一层神秘色彩,令人们好奇不已。活动当天,带着疑问的试吃成员准备一探究竟。

漫长的等待之后,试吃成员终于人手一盘新鲜出炉的起司蛋糕,原本说要拍照晒朋友圈的“花洞溪小小”(微信昵称),在仅剩最后一口时才想起来拿出手机,“第一次尝到这么大的蛋糕,看起来很实惠的样子,入口即

化,口感松软绵密,外层皮特别酥脆。”

“蛋糕出炉!”接着,所有食客争相涌至前台试吃,看着大家鼓动腮帮的样子,彻思叔叔负责人王克雪笑着说:“慢慢吃,还有很多。”

王克雪表示,彻思叔叔选现烘起司蛋糕采用纯天然原材料,将澳大利亚进口乳酪起司搭配百分百鲜奶,并用古法手工现场烘烤,从而保证蛋糕

的品质。本周末,轻乳蛋糕“天使的帽子”将全新推出。

据了解,“天使的帽子”灵感来自于意大利神父所戴的半球型帽子造型,起司味浓郁,并且带着香槟气泡口感。

下期美食探店 香天下火锅

时间:8月18日
 地址:中原路105号黄河饭店西

爱吃团成员招募中

招募方式:招募10人免费试吃
 报名方式1:官方微信(发送“我爱美食”)
 报名方式2:0371-67655258

裕达贡饼亮相丹尼斯超市

本报讯 近日,裕达国贸酒店月饼礼盒在丹尼斯超市抢鲜上市,作为酒店行业与零售行业知名品牌,裕达国贸与丹尼斯强强联合,在中秋来临之际携手为消费者送上有品质的月饼产品。

据介绍,此次在丹尼斯超市入驻的裕达贡饼有富贵花开月之和系列与月之耀系列,并覆盖丹尼斯超市人民路店、棉纺路店、CBD六天地店。裕达国贸酒店负责人表示,此举旨在向市民表示裕达国贸酒店坚持走亲民路线,通过性价比高的月饼礼盒来拉近与消费者之间的距离,顺应大众消费潮流。(王平文/图)



安利开展跨界护肤巡讲

本报讯(记者 赵佳)8月13日,安利旗下高端美容化妆品品牌ARTISTRY雅姿与旗下国际保健品领域领导品牌纽崔莱,在郑州裕达国贸酒店推出“跨界护肤 内外兼修”巡讲活动。这是安利旗下两大行业领导品牌首次跨界合作,旨在融合护肤与营养领域国际领先科技。

活动现场,雅姿皮肤健康研究

中心首席高级研究科学家格雷格·希尔布兰德,介绍引入中国市场的雅姿恒时紧致系列产品及纽崔莱润妍饮品,并阐释了提升肌肤润、亮、透、滑四维年轻之美的全新护肤概念。

据了解,雅姿恒时紧致系列与纽崔莱润妍饮品,通过外紧致内滋润的双效协同,以内养外,实现从内而外的肌肤年轻之美。

消费资讯