

《品·食》周刊新鲜出品

——让你我共同“品味饮食,品味生活”



这里只贩卖健康与时尚!
很高兴,由《现代快报》主办的《品·食》周刊今天和广大读者朋友见面啦!本刊将立足于“健康”与“时尚”主题,每一期都会为您带来最新的饮食资讯和健康的饮食方式,让您足不出户就可以喝出时尚,吃出健康。上至发丝染霜的老年朋友,下至高没过膝的婴儿,你们都能在这里找到属于自己的那一“食”尚。当然了,还有所有年轻的男女,广大的都市白领和精英,繁忙的工作是不是已经压得你没有时间更好地照顾自己,体味人生的乐趣?没有关系,跟紧小编,你将在简单的“品”与“饮”中,既犒劳了自己,又引领着潮流风尚!

如今的我们已不再简单地满足于温饱,而是不断地变换花样,开拓食品、料理、酒水的新类型。更有许多商家抓住“绿色”、“健康”、“低碳”等新概念,为衣、食、住、行赋予更多的精神想象。但有些时候,选择多了,便也无从下手,抑或在繁忙的工作之余,你会猛然发现自己似乎又回到了三餐只为填饱肚子的最初。

所谓“人世奢华,我只愿一片宁静”。物质生活好了,人们的幸福感却有下降的趋势。貌似健康、快乐的生活方式只是在电视里或某城市展会上的说说而已。其实,简单的幸福,时尚的生活,并不一定非要抽个十来天去异国他乡度假游乐,也不一定非要山珍海味地胡吃海喝个够儿,更不一定非要功成名就、飞黄腾达。“人生在世,吃喝二字。”话是有些粗浅,倒也不无道理。人生一世,说白了,不过饮与食。在惯常的饮食内容和习惯上做些简单的调整,收获的可能不仅仅是健康,还有更高的精神追求和文化享受。

这也便是本报《品·食》周刊问世的最大理由。《品·食》周刊自今日创刊始,将坚持以“品味饮食,品味生活”为宗旨,试图带领读者朋友们在饮食中体味生活的峰回路转、跌宕起伏,让您的人生伴随着酸、甜、涩、辣的味蕾跳动,从此变得不再枯燥单一。

本周刊将为您提供丰富多彩的阅读享受,如同您品味美酒佳肴一样,带您进入“品”境界。《品百味》、《品与饮》、《琼浆甘露》、《夜光杯》、《畅饮》、《茗边茶叙》、《粗茶淡饭》、《养身与养颜》、《闲食不闲》、《滋养》共十多个栏目,主要涉及酒水、食品、奶制品、非功能性保健品四大块内容。其中《品百味》和《品与饮》主要是倡导“品”的境界,体味“饮”的乐趣,并从中体味人生生存的意义;《琼浆甘露》、《夜光杯》、《畅饮》、《滋养》则将分别涉及白酒、红酒、啤酒饮料和奶制品行业的最新动态,让您喝出健康与高尚;《茗边茶叙》主要侧重于中国传统的茶文化的介绍,以茶悟世;《粗茶淡饭》和《养身与养颜》带来的即是人们最为关心的养生之道;《闲食不闲》则为您第一时间搜罗好吃、营养的休闲“小零嘴儿”,还有让妈妈们买得放心的儿童健康食品!

健康的生活,它可能并非是像上了发条的闹钟,精确到几时几分去跳操打球。时尚的品位,它也可能并非是穿上这一季巴黎最流行的夏装。健康和时尚,极有可能就是在日常的饮食中多加些粗粮,在party上“砰”的开启一瓶西班牙起泡酒,在觥筹交错间记得“不要贪杯”,在办公室的下午茶时间偷偷地往嘴里塞一根山芋条,抑或呷一口清茶,然后再继续深思…… (笕颖)

“洋河”入选中国最具价值品牌前100强

上月末,第七届世界品牌大会暨中国500最具价值品牌发布会在北京举行,会上公布了2010年中国最具价值品牌500强名单。其中,苏酒“洋酒”排名第60,紧跟在茅台(28)、五粮液(32)、剑南春(42)之后,远远超越了泸州(95)、古井贡(148)、沱牌(287)、郎牌(318)等传统川酒和徽酒品牌。

此次品牌评估由中国品牌研究院进行,评估主要根据企业最近三年的赢利水平来推测品牌未来可能带来的超额利润,再考虑行业特点、市场状态、品牌市场地位、品牌历史等因素的影响加以修整。在公布的2010年中国最具价值品牌500强酒企名单中,涉及白酒企业19家,啤酒企业14家,葡萄酒企业5家,黄酒企

业4家。

作为苏酒的代表,洋河自2003年开始,进入了一个爆发式发展阶段。2008年,洋河的总销售额达到37.5亿元,同比增长52%。据披露,公司2010年销售额将超48亿。特别是该公司今年4月份收购另一苏酒品牌“双沟”,更是引发了外界对苏酒崛起的无限猜想。

可口可乐“3对3”、“民间版”…… 江苏人体验了不一样的世界杯

自5月中旬至7月3日,由可口可乐公司冠名,南京中萃食品有限公司、江苏省体育局社体中心和现代快报联手打造的可口可乐“3对3”民间世界杯足球赛在江苏南京、常州、扬州、镇江、连云港、淮安、徐州、盐城等8个城市掀起了一股体验式的世界杯狂潮。

所谓“3对3”足球赛,即规定队员在对方禁区弧内不允许射门,否则无效。比赛中,它没有高速的突破和惊天的远射,而是要求队员们具备更加娴熟脚下功夫和更激烈的拼抢。

活动在上述8个城市同时进行,分别决出8个赛区的前三名,然后再由每个赛区的前三名代表各自赛区于7月2日、3日会师南京五台山体育馆,决出江苏赛区的冠、亚、季军。凑巧的是,江苏赛区的前三名分别由南京四中的龙胜队、狼队、南京坤宇流体设备有限公司代表队三支南京代表

队摘得,他们分别获得了5000元、3000元、2000元的奖金及世界杯限量版足球装备。其中,南京四中的龙胜队的三名小队员更是额外获得了进入江苏舜天国兴队试训的机会。

作为2010年南非世界杯的赞助商,可口可乐联合现代快报带领江苏人民用出汗体验的方式过了把足球的瘾,一扫过去场内激战,场外球迷、观众只能通过读报纸、看电视、点播网络视频等传统的方式为足球捏把汗、有劲儿使不出的憋气。

为了让前来的观战者、助威者也不闲着,现场还特意准备了世界杯冠军竞猜、气模场地足球赛、桌上足球等游戏互动。工作人员透露,“我们就是要通过这种零门槛的互动参与活动,吸引人们在切身参与中更多地了解和感受足球和世界杯的激情、趣味与感动。”

见习记者 笕颖

一天卖了逾200万! 白金酒礼行成投资新热点!

只因当初那一眼 从此结下不解缘

“认同茅台集团白金酒礼行的经营理念;具有广泛社会影响力的人脉资源;具有良好的社会信誉……白金酒礼行限量加盟火热进行中……”说到陈金清与白金酒礼行的相识,就不得不提及当日现代快报上的这条招商广告。

如今已成为江苏江阴白金酒礼行总经理的陈金清,历来以犀利的商业眼光而闻名,在他眼中,只有极具商业前景的项目才能赢得自己的青睐,而一旦认准了,他会全身心投入。陈金清表示,虽然自己此前一直对茅台白金酒和其代表的国酒文化有所耳闻,但若不是当初那不经意一瞥,也就不会有江阴白金酒礼行首日销售额破200万的业绩。

之后的事情犹如顺水行舟,洽谈加盟、礼行装修、如期开业。“能成为茅台白金酒战略合作伙伴我感到非常激动,我会把白金酒礼行这项事业长期做下去!”陈金清如是说。

开业首日销售额突破200万

200万!这是江阴白金酒礼行开业第一天的销售额!

开业当天销售额突破200万,这在整个江苏,甚至整个中国酒业都是极其罕见的。“开业当天天气太强大了,刚开业便接到各大企事业单位的订单。不少消费者也表示终于有个能买得放心的茅台白金酒行了。现在,定制满月酒、婚宴酒等个性化酒的人络绎不绝,这让我更加坚信自己当初的眼光。”陈金清说。

江阴白金酒礼行的一炮而红吸引了不少省内投资者,他们纷纷致电咨询加盟事宜。据统计,光是6月里,前来咨询的电话已逾千个!茅台集团保健酒业有限公司董事长兼总经理张城表示:“作为集团多元化发展战略的重点项目,白金酒礼行是茅台美酒直通地方的纽带,也是集团深度涉足市场和渠道的财富平台,是打造500亿茅台的计划之一。未来,我们还会对更多有意向加盟的经销商进行公平、公正的资质审核,共创财富传奇。”

品·食

Yummy

在这里,来绽放你的味蕾
我们诚邀您
品味饮食 品味生活