

高端论坛松下独揽三项大奖



松下冰箱,再次彰显松下品牌在冰箱行业、市场中的强大品牌力和高水平产品创新能力。

2019年冰箱市场仍然面临较大的增长压力,作为传统大家电之一,冰箱在中国主要家庭已基本普及,在市场普遍进入存量阶段,整体需求不旺的情况下,产品技术的迭代升级自然就成为驱动增长的新动力。

业内人士认为,冰箱市场的竞争焦点,已开始回归保鲜功能本身。在风冷无霜、微冻保鲜、高效除菌等技术已成为高端冰箱“标配”的今天,健康保鲜概念作为当下冰箱产品最重要、最核心的功能,则未来仍将是冰箱技术核心中的核心。

作为最早进入中国市场的外资冰箱品牌之一,松下冰箱深知产品品质是市场破局的关键。面对产业结构升级以及产品同质化严重的双重挑战,松下冰箱进一步确立了以中国用户需求为导向的发展思路,不断以科技创新驱动产品升级。此次论坛上,松下冰箱荣获三项大奖,正是得益于其强大的综合实力。

据人民商场·家电广场松下专卖店介绍,此次获得“2019年冰箱行业经济大容量保鲜创新设计之星”的松下三门冰箱NR-E450PX,可谓松下2019年最大成之作。这款产品外形小巧纤薄,却拥有435L的大容量,同时搭载-3°C微冻保鲜技术,独有的nanoe纳米水离子技术、Econavi节能导航以及自动制冰功能。

与厚层保鲜不同,-3°C微冻保鲜仅使食物表面轻微冻结,不会损伤食物细胞,解冻时基本不会有血水、汁水溢出,最大限度保留生鲜食物的营养和口感。可以在有效时间内,保证肉质食物的鲜美不流失。同时用户使用肉质食材前不必解冻,节省烹饪时间。与冷藏相比,可以实现更持久的保鲜效果。与冷冻相比,则能够更好地维持鲜味。松下引以为傲的nanoe纳米水离子装置,能够有效消除室内细菌、异味,随时位置冰箱的最佳保鲜状态。实验显示,其对金黄色葡萄球菌以及大肠杆菌的除菌率高达90%以上,对于三甲胺的分解效率也大于等于90%以上,成为家人健康的健康守护。

作为另一款明星产品,松下十年对开门冰箱NR-E49CG1-XW获得了“2019年中国冰箱行业线上十年对开门冰箱健康保鲜之星”的称号。这款冰箱拥有498L大容量,轻松容纳大家庭一周的食材,同时做到食物分区存储不串味。松下冰箱运用首家欧洲-1顶置压缩机技术,打破传统的制冷核心部件压缩机进行顶部安装,从而彻底释放冰箱的下层底部空间,更加轻松易用的存取使用。在保鲜效果上,NR-E49CG1-XW还搭载了风冷无霜、Ag+抗菌银离子、-34°C自由变温室、一键速冻等技术,其速冻功能融合了“快速制冷+深度锁鲜”效果,能够缩短冰晶形成周期,避免食材细胞膜被破坏,非常符合鲜鲜盒肉的冷冻存放。

“2019年中国冰箱行业经济大容量保鲜创新设计之星”与“2019年中国冰箱行业线上十年对开门冰箱健康保鲜之星”奖项,共三大奖为一身的松下冰箱,再次彰显松下品牌在冰箱行业、市场中的强大品牌力和高水平产品创新能力。

苏州人民商场
电话:0512-82551262
网址:www.szrmc.net

苏州南环桥市场开展品牌农产品展销

日前,苏州南环桥市场举办“中国品牌日”农产品展示展销活动,全国各地品牌农产品,尤其是贫困地区的优质特色农产品,依托南环桥市场搭建的产销平台销往苏州,走进市民餐桌。

苏州南环桥市场的品牌农产品展销活动,向贫困地区倾斜,贵州铜仁是贫困山区,但该地区拥有丰富的优质农产品资源。但受其特殊地理位置的影响,产品很难走出大山。铜仁与苏州是对口帮扶城市,南环桥市场作为政府“菜篮子”以及长三角大型的农产品流通企业,积极响应政府精准扶贫的号召,多次赴产地调研,进行产销对接,在市场建立“苏州铜仁对口帮扶项目示范点”,助力铜仁脱贫。品牌日当天,参与展销的铜仁特色农产品有青白菜、西红柿、土豆,以及香菇、猴头菇、竹荪等山珍,这些长途跋涉1500多公里,散发着高原气息的特色农产品,受到了消费者的喜爱。

当天参与展销的特色品牌农产品还有:兰州高原夏菜、云南昆明精品菜、湖北宜昌、潜江龙虾等等,这些外地特色品种在苏州市场上销量可观,是市民“菜篮子”的重要组成部分。接下来,南环桥市场将继续通过“走出去、引进来”的方式,深入全国各地尤其是贫困地区,进一步加大产销对接的力度,全方位组织外地优质农产品进入苏州市场,在助力贫困地区扶贫的同时,丰富市民的“菜篮子”,满足消费需求。(南宣 永康)

走进老字号津津长发的体验之旅



据统计数据显示,目前苏州有中华老字号企业74家,“江苏老字号”34家,位列全省首位。

从老苏州记忆中的叶受和苏式糕点、津津酱肉月饼,到每年中秋赏月时品尝的“长龙”月饼,传承融汇多家老字号传统的津津酱肉月饼,改良开发以来不断传承创新,让市民舌尖尝遍美味,创下令人瞩目的“津津长龙”现象。

津津酱肉月饼的传承人津津,从中华老字号津津食品、叶受和苏式糕点,一块一块的金字招牌,以及延续百年的匠心血脉传承,组建起庞大的“食品名门”,成为苏州传统行业发展最快、销量最大的“第一品牌”,苏州人日常生活中的“老朋友”。

“小时候的味道”叶受和苏式糕点、津津酱肉月饼,是不少苏州人根深蒂固的“集体记忆”。始于清光绪十一年(1884年)的叶受和,是观前街百年老字号的代表之一,生产的五大类上百个品种传统苏式糕点,深受消费者喜爱,苏式糕点制作技艺被列入市、省及非遗名录。始创于1895年的津津食品,生产的酱汁豆腐干历经千锤百炼,发展成为远近闻名的苏州特产,制作技艺被列入省、市非遗名录。

吃长龙月饼,早已成为融入苏式生活的“中秋仪式”。在叶受和,以及老苏州熟悉的原苏州广州食品厂两大老字号沃土中,造就得天独厚的长龙食品。“以传统对接现代模式为基础,一步一个脚印探索民族品牌发展之路,是百年老字号传承壮大的血脉密码。”津津食品董事长津津介绍,叶受和、津津长龙食品,从上世纪九十年代起“牵手”,一步一个脚印探索现代传统“二合一”。

长龙食品融合苏式糕点、广式糕点、西式糕点技术,发展成为品类齐全、产品特色鲜明的综合性食品加工企业,实现了中西式食品的结合、传统与现代融合。从2008年开始,连续荣获省名牌产品称号,这也是苏州品牌界唯一一家获此殊荣的企业。

从6月1日起长龙鲜肉月饼全面开烤,6月1日到9日,鲜肉、松仁豆沙、榴莲、萝卜丝鲜肉、香菇素素、黑椒牛肉、蟹黄肉松等品种买七送三,鲜肉、小龙虾鲜肉买五送一,市民可以用优惠价格抢先吃。(南宣)

虾籽鲞鱼,这个夏天不能错过的苏州味道

虾籽鲞鱼,是苏州人最爱的盛夏美食之一,烹煮的(鲞鱼食单)中就曾经记载过制作虾籽鲞鱼的方法,并称虾籽鲞鱼“三伏日食之绝妙”。

“虾籽鲞鱼”是什么鱼
鲞(xū)指的一种脂肪肥厚的海洋鱼,有的地方称作鲞鱼,也有说鲞鱼人海就成鲞鱼。别的鱼类都是产卵期味道最好,而鲞鱼却是产卵后最肥美,鱼皮油脂之下肉质鲜美。

鲞鱼和虾籽的结合则是在同治年间苏州前门外上塘街上一家名叫“兴隆”的咸鱼店,因生意冷清,老板又气又急,病倒在床。某日,前来探病的友人给他带了兩瓶自己熬制的虾籽鲞鱼。

灵感一现,老板决定将鲞鱼和虾籽结合,诞生了一个新的美味,受人追捧。在随后的时光中,虾籽鲞鱼经过不断改良,成为了苏州一种独特的传统食物。

“虾籽鲞鱼”如何做
采芝斋虾籽鲞鱼的鲞鱼都是来自印度鲞鱼,严格挑选,大小规格统一。虾籽则是来自中国最大的淡水湖洪泽湖。有了好的原料,不代表制作过程不重要。

虾籽鲞鱼的制过程复杂但不杂乱,首先要将已经切块腌制过的鲞鱼进行晒干,银白色

的鲞鱼块在阳光的照耀下散发着怡人的香气。接着把已经晒好的鲞鱼块放入油锅中炸制,直到鱼块变色捞出。在炸制过程中要不停的搅拌,避免鱼块粘连在一起,鱼皮被破坏。在炸鱼块的同时,可以把浸泡鱼块的汤汁提前准备,把虾籽、酱油、料酒、白胡椒和盐一同放入锅中熬煮,随着汤汁咕嘟咕嘟的煮沸,香味也随之散发在空气中,在这里需要提一句,黄浦区用的是采芝斋定制的浙江黄鱼,用这种黄鱼来做汤汁,味道更鲜美浓郁。炸好的鱼块控干油后,放入汤汁中浸泡,加入特制的鲞鱼干包鱼肉,这样能够使得鱼肉更紧实入味。

鲞鱼鱼块在汤汁中充分浸泡后,取出晾干,这时浸泡的鲞鱼鱼块表面呈金黄色,鱼肉吸收了汤汁变成了深褐色。接着就是最重要的一个步骤,将包裹着汤汁的虾籽一粒粒包裹在鲞鱼鱼块上,这时浸泡的鲞鱼鱼块已经更具韧劲了。

然而美味的美食没有一个正格的包装怎么行。经验丰富的阿姨们,用手掂量下再放到称上称过重量后,就能装上市了。最后通过机械流水化的包装,一盒盒虾籽鲞鱼的成品就赫然而出。透过包装,能看到虾籽鲞鱼整齐的排列着。

“虾籽鲞鱼”怎么吃



红褐色的虾籽密密麻麻的包裹着鲞鱼,视觉上或许会上瘾,但吃起来却是夏天不可不尝的美味。

小编曾听到不少人抱怨说,吃完之后只觉得这虾籽鲞鱼好吃好,小编不得不替虾籽鲞鱼作保!觉得那是因为你们没有用正确的方法品尝。

正确的方法应该是先气定神闲的从盒中夹起一块虾籽鲞鱼,然后放在白粥或白米饭上,搭配食用,咸中带甜,鲜香可口,生津又开胃。

总店地址:观前街91号。
电话:0512-65228079。(佳范)



与胡歌一起穿泡泡纱便西消暑度夏

亡之路上寻求救赎的故事。

这部电影阵容豪华,主演们均获得过高含金量的电影奖项:廖凡柏林国际电影节影帝,桂纶镁金马影后,万茜金马最佳女配角,而导演刁亦男则凭借《白日焰火》拿下了柏林国际电影节最高奖项金熊奖。

与影帝影后集体亮相的过程,被胡歌称为是“幸运的,与一群热爱电影艺术工作者共同战斗的182天”。5月18日,胡歌将与剧组一起在星洲迎来《南方车站的聚会》全球首映礼,期待他在星洲红毯上的精彩亮相,并祝愿他和剧组心想事成,斩获票房。

阳春3月时节,雅戈尔品牌斥巨资新设计时尚杂志(时兴 NEAR)邀胡歌赴北爱尔兰拍摄大片,就将他挑选了一打西装送去,想看看他到底会选哪一款。结果,他在一大堆各种材质的便西中,挑中了泡泡纱。不得不说,果然是会穿的男人。

泡泡纱是什么?它呀,是专为夏季而生的一种面料,布面均匀密布凹凸不平的起伏,看起来就像小泡泡,面料自然褶皱创意的空间,让体内的空气流通性和透气性都变得更好,夏天穿着时即便被汗水浸透也不会与皮肤

产生粘黏,微风拂过,凉爽透气,而且天生抗皱,快洗易干不用熨烫。

在空调没有发明之前,来自北美的绅士们会靠这个泡泡纱度过盛夏。爱运动的他们还爱穿着泡泡纱去露营,让长期受高温高湿度折磨的南美人艳羡不已。渐渐的,穿泡泡纱就成为了全民潮流,尤其是那些必须穿正装的人群,更是把泡泡纱当做盛夏后命利器,比如那些会议人员,参加议会时只有穿着泡泡纱西装才有底气参加议政,为此,他们甚至还泡汤开了一个“泡泡纱日”(Seenucker Thursday),规定每年6月的第二或第三个星期四,都必须穿着泡泡纱西装参加会议,从1996年一直玩到了2012年,很是值得玩味。

泡泡纱面料一般是顺着布面褶皱的纹路做成条纹状,以蓝、粉、红等清新的颜色居多,用它制作的西装透气十足,是各路时尚达人春夏回潮的必备之选。据说,男人们穿上泡泡纱就脱不下来了,这次胡歌所穿的,是雅戈尔品牌特别为春夏“定制”的款式,蓝灰复古格纹,浓浓英伦绅士风,既适合日常通勤穿着,也适合休闲时光,不用那么西装笔挺,也能很帅气。(王浩)

哈根达斯推出告白套餐

1921年,创始人鲁本马蒂斯,历经数十年创新研发后,创造出了世界上美味的水淇淋,并于1961年创立——哈根达斯品牌。从那时起,哈根达斯将只生产优质品质的水淇淋甜品,为顾客提供独特尊贵的味觉体验”作为水淇淋如一的品牌理念。

1961年,马蒂斯先生成立了新公司,从而实现了他的水淇淋梦想。他将公司正式命名为“哈根达斯”,以表达他对传统工艺和品质价值的崇尚与追求。当时他只生产了三种口味水淇淋:香草、巧克力和咖啡。但是马蒂斯先生对高品质的坚持和热忱,使他迅速成名。这当然也离不开他的“秘方”:来自于比利时的黑巧克力,马达加那加香草,打造出与众不同的味觉体验。

哈根达斯水淇淋,以优质品质闻名遐迩,带给人们关于浪漫、惊喜、怡人的美妙时刻。

在巴黎,年轻男士想要给他的她一个惊喜的求婚,在这个浪漫的时刻,他们一同分享冰淇淋火锅;在布宜诺斯艾利斯,朋友们相会,一起惬意地享受浓郁纯正的水淇淋特饮;在东京,年轻女士们尽情享受哈根达斯带给她们专属的时光;在伦敦,女孩们一起分享甜蜜之夜,也分享着水淇淋的甜蜜与多巴胺;在新加坡,年轻的夫妻结束了忙碌的工作,一同分享哈根达斯水淇淋,体验两人世界最幸福的幸福一刻。

哈根达斯推出了限量版520告白套餐,全国仅限20家店铺发售,会员还可使用积分兑换哈根达斯冰淇淋主题盲盒。(小五)