

● 食客帮

有这样一拨人,他们总是乐此不疲地奔波于各家饭店餐馆,尝试着各种菜式,口味很刁钻,嘴巴更是刁,FB聚餐是他们鉴赏美食的借口。这些神出鬼没、低调却在腐败圈里闹腾得厉害的食客们终于在此露脸了!



碧绿炒鲜贝

在酒店里寻找秋天的感觉

通常,上酒店吃饭的意义都是饭局大于菜式,酒杯的意义大于鱼肉。这家焕然一新的纳德酒店中餐厅算得上是标准的酒店餐厅,据厨师长介绍,酒店推出的菜式以清新淡雅为主,口味很清爽。在秋天悄悄来临之际,尝尝这样的滋味,品四星酒店的菜式。

文 / 徐秀秀
摄 / 胡梅铭



食客:文君
职业:媒体

一向不喜欢去酒店吃饭,除非是有推不掉的应酬。特别不喜欢装修很堂皇厅又很大的酒店,那肯定会败坏美味,而且酒店菜一向给我一种媚俗肤浅的滋味,总觉得形式大于内容。但是这次品尝还是觉得有些惊喜。纳德中餐厅的装修并不奢华,简约商务;点的菜并不豪华,却很出彩。印象最深的是虾酱通菜梗。杭州人通常吃

的空心菜是墨绿色,一炒就会发软,黏糊在一起。这里的空心菜却碧绿碧绿,感觉汁水都要滴下来。用的是沙锅,把香味烤得四座漫溢,咬一口脆香得不得了,那滋味真的比山珍海味要惊喜而好吃得多。还有一道菜叫鸡汁冬瓜顶膏蟹,汤汁金黄耀眼得让人食欲大增,却一丁点都不油腻,可能是鸡汤与冬瓜的巧妙结合所致。美中不足的是对膏蟹的鲜味有所失望,毕竟现在还不是吃蟹的最好季节啊!



青瓜猪颈肉

帮主点评:纳德中餐厅没有酒店的迂腐气,格调明朗。菜做得很精致却很亲切,让人觉得有种农家与酒店交融的味道。这样的风格很适合当下的流行,环境简约,又不失体面,适合商务宴请。这家餐厅很懂得荤素的结合,不留一点大鱼大肉的痕迹。菜的口感偏淡却鲜味十足,应酬多的人自然会喜欢这样淡雅的滋味。价位也挺适合公务聚餐以及婚宴。

嘴巴不够专业没关系,关键是要本着专业的精神!欢迎加入城市假日食客群 12309492,一起跟着城市假日做个刁钻的食客吧!用你灵敏的末梢神经发现特色美食和新开餐馆,自荐专业的食客和愿意成为食客们鉴定目标的店家们可致电 85311079 报名。

食客:骆驼
职业:自由人士

找了半天终于找到了纳德,原来就是以前的万向大酒店,装潢一新,感觉不错。

这次大餐里面有几道菜很吸引人。第一道就是碧绿炒鲜贝,这个鲜这个嫩,杭州话说的“鲜得眉毛都掉了”估计就是这个味道,估计来个10盆都能把它吃完,而且颜色搭配得也

让人食欲大开。其次是鲍汁菜胆扒脆参。这是道工夫菜,里面的海参要用冷水发,然后马上用冰块冻,反复三次,这样才能让海参变的脆而爽口,想象一下那要多少工夫?青瓜猪颈肉也是道特色菜。精瘦相间的猪颈肉烧烤后配上清瓜,口感不油腻,肉质鲜美像西餐中的叉烧肉。



让钻石更加璀璨

文 / 神清气爽

9月8日上午,万隆珠宝特别发起一场名为“西湖论钻”——国际钻石文化交流的访谈会。DTC钻石推广中心中国区培训经理刘厚祥博士、多乐美 Dalumi(以色列最大的成品钻石制造商)中国区销售总监 DrorMarom 先生就钻石的文化和趋势做了详尽的阐述,三方还就合理促进钻石市场的良性发展签署了一份业内宣言。

钻石的成功,概念的成功

钻石在高档首饰市场、特别是婚庆市场的领头地位,和DTC一百年来在世界范围内的努力推广密不可分。DTC作为全球最大的天然钻坯供货商,占据了世界天然原钻80%的供应量,同时他们还专门成立了钻石贸易公司负责营销和销售,通过其覆盖全球的钻石推广中心及钻石咨询中心网络,为珠宝业界和传播媒介提供协助与专业意见。

一句“钻石恒久远,一颗永流传”的广告词,使钻石作为一种观念深入人心。在没有钻石文化沉淀的中国,钻石已经成为中国城市消费者中最流行的珠宝首饰。“钻石同样具有很高的收藏和保值价值。小份量的钻石,保值的空间不大,而30分以上的就能作为收藏品来对待。不过中国对钻石的需求几乎全部集中在15—25分之间,结果导致了这个区段的价格相对抬高了,所以我们建议消费者按照自己的实际需要错位购买。”刘厚祥博士介绍说。

钻石的推广,品质的把关

由于珠宝首饰是奢侈品,因此在珠宝首饰市场,品牌的重要性不言而喻。一个强势的企业品牌,可以提高整个行业的形象,而这正是目前万隆珠宝在杭州所充当的角色。

“诚实守信、面向百姓、规范市场、促进发展”是本次“西湖论钻”的口号。“本着促进杭州钻石市场持续、健康、

有序发展的原则,万隆要做的是,通过‘西湖论钻——国际钻石文化交流访谈会’这样的公益性活动,让消费者能够学会基本的判断,达到自懂的状态,反过来对珠宝商产生约束。”万隆珠宝有限公司首席运营官周斌指出,“对商家而言,也可以把更多的精力放到管理和产品设计的研发上,真正将注意力回归到产品本身。依靠品牌上的强化和款式上的推陈出新,来赢得更多的消费者,进而促进珠宝行业销售的整体良性发展。”

据悉,作为钻石制造商、推广商、零售商的三方代表,万隆珠宝还与DTC、多乐美共同签署了一份关于钻石文化推广活动的业内宣言——璀璨宣言。主要内容包括三方将通过对钻石文化进行分析与研讨的方式,深化消费者对钻石内涵的理解,为其选购钻石提供一系列的理性参考。三方将共同开展各级讲座与咨询,并通过和媒体互动对大众进行引导,促进钻石事业的良性发展。

从别扭到惊喜

文 / 小艳

准备今年国庆节结婚的张先生近来是喜忧参半:喜的是马上就要结婚了,忧的是为购买家电的事经常和女朋友闹别扭。原来啊,这两人都是在外企工作,但却喜欢中国古典式的装修风格,所以新房装修得古香古色。女朋友是追求完美的人,要求家电一定要与装修风格一致。为了实现这个心愿,张先生和女朋友这通跑啊,矛盾也就是这通跑中出现了。

一个偶然的机会,张先生在商场看到了海尔成套家电。他不但找到了他需要的与自己家里装修风格一致的成套家电产品,海尔还承诺可以按照他需要的风格为其量身定做。更让张先生惊喜的是,购买海尔的成套家电可以获得他也没有想到的更大价值。首先是服务,可以享受统一服

务,只要一个电话就可以一切搞掂。更重要的是,海尔针对成套家电推出了全新的“一对一”VIP星级服务工程师服务。同时,高端家电VIP用户还可享受如保修期延长等海尔俱乐部会员的待遇,享受每年一次的家电“过生日”维护保养等服务。第二个惊喜是海尔所有家电全部添加统一标准的网络接口,实现了无线连接。通过网络,可以实现办公室里洗家里的衣服,回家路上可以把家中空调打开,上网、发短信控制网络微波炉、网络热水器、网络冰箱等。同时,还可以通过网络接收家庭视频监控系统的图象。

张先生了解了这些情况后,第一时间便给女朋友打电话进行了“汇报”。女朋友听后也非常兴奋,立马请假来到了商场,两人现场商量,当场拍板:购买全套的海尔家电。从张先生来到商场到两人拍板决定,只用了不到两个小时。