

漂亮的餐巾盘 又方便又实用

文 / 本报记者 钟兰

上周,派克笔成了最受欢迎的物品,很多男人们都发来了自己家的闲置领带照片,有老人头的,有金利来的,还有雅戈尔的。不过,派克笔的主人仍然没有挑到自己中意的,还在选择之中。

这一期,有好几样不错的东东,比如憨豆先生的漫画集,据说市面上比较难买到这么齐全的;还有宜家的餐巾盘,很漂亮,而且放在餐桌上也能做为一件不错的装饰品;如果你喜欢它们,就给我们发邮件吧:csjrx@zjnews.com.cn,期待你的来信!

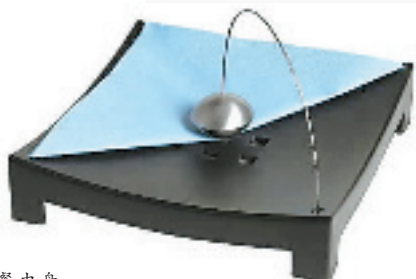


宝贝:《憨豆先生》漫画集

主人:朱朱

说明:很好看的一套书,就和电影里的憨豆先生一样,将他找车位停车、阻止邻居发出噪音、换沙发、晒太阳等小细节展现出来,又好玩又好笑。想换同类型的漫画书。

联系方式:csjrx@zjnews.com.cn



宝贝:宜家餐巾盘

主人:闹闹

说明:经常去宜家逛的人肯定记得这个,当时也是觉得漂亮就买了。想换漂亮的水果盘,透明的那种。

联系方式:csjrx@zjnews.com.cn



宝贝:踏步机

主人:媚儿

说明:去年买的,原价要300多元,放在家里一直没怎么用。想换商场购物卡。

联系方式:

csjrx@zjnews.com.cn



吃早餐是件事儿? 肯德基再度引发早餐关注热潮

肯德基继今年一月份推出备受关注的早餐新品“安心油条”,引发一轮对早餐关注的热潮后,4月份再度把大家的目光吸引到肯德基早餐的话题上。近期,登陆各大热门网站,大家都会不约而同地看到由肯德基特约的“吃早餐是件事儿——我的早餐宣言”主题版块上,不论“秀早餐”也好,“晒宣言”也罢,还是“灌水区”,都煞是热闹,网友们的热烈反响不可小觑。同时,由线上延伸到线下的情景哑剧“早晨片断”也在各地上演。总之关键词、热点词只有一个:肯德基早餐!

肯德基对早餐市场的调查结果显示,白领、学生族和三口之家是其主要消费群体,一方面他们对早餐的品质具有一定的要求;另一方面他们具备一定的消费能力。但由于工作、生活压力和晚睡早起等不规律的作息时间,往往忽视或草率对待早餐。因此,肯德基这次在全国发起

的“吃早餐是件事儿”的活动也是顺了民情、民意。对于每天都要面对工作压力、人际关系的白领们,精神抖擞的一天从早餐开始,这是带来好心情的事儿;对学生一族而言,一日之计始于晨,吃一顿营养均衡的早餐后,全身心投入到一天紧张的课业当中,这绝对是人生的大事儿;而对于家庭主妇而言,与老公、孩子共度的早餐时间很重要,这是件幸福的事儿。由于这个话题的普遍性,因此在网上激起了众多网友的共鸣。

线上讨论得你来我往,线下活动情景哑剧“早晨片断”也是开展得热热闹闹,网友纷纷报名参加。主办方肯德基告诉记者,这次活动灵感来源于一部美国经典电影。片中男主角模仿一位女子早上起床后的一系列动作,惟妙惟肖。肯德基希望借助这种轻松活泼的形式,在为大家带来笑声的同时,让吃早餐的行为成为早上起床后的必选动作。

如果有心留意,不难发现肯德基对早餐的关注不只一两年了。早在2002年正式推出肯德基早餐以来,这几年肯德基对其重视程度日益加深。据肯德基品牌负责人介绍,肯德基对早餐的重视,一方面如外届所言,前景看好、不断扩大的早餐市场为肯德基提供了用“餐”之地;但更为重要的是,推广早餐理念是肯德基致力推广“健康生活理念”的一个重要组成部分,而且这不是一日、一月之功,是需要花费心力、时间,投入成本长期经营的一件事情。

人的生活习惯不可能一蹴而就,但是可以通过外力去逐渐影响。近几年来肯德基的早餐策略不难理出一个清晰的脉络:首先一定要有好吃的产品,发挥品牌特色,如芝士蛋堡、鸡蛋鲜虾卷等都是不错的选择;同时充分利用强大的产品研发力量,不断推出具有本土特色的产

品,如各款花式粥、安心油条、港式奶茶等;以后还会陆续推出中国老百姓早餐桌上喜闻乐见的食物。另外,扩大覆盖面,增加提供早餐服务的餐厅数量,为老百姓就近可以享受到美味安全、营养均衡的早餐提供便利。如今全国2100余家肯德基餐厅中,已经有超过1600家餐厅提供早餐服务,覆盖全国250余座城市,而2007年初仅有80余座城市的千余家餐厅。然后就是持之以恒地进行宣传工作,利用店内的餐盘垫纸、营养小册子和媒体平台普及吃早餐的重要性;并根据不同消费群体的特点,举行各种公关活动。例如请营养专家为小朋友合理搭配早餐、请著名羽毛球选手林丹启动社区晨练运动会、为大楼白领设计爬楼比赛,号召“早起十分钟,运动吃早餐”等一系列活动,创造氛围,敦促大家养成良好的生活习惯。