



## 送人咖啡,手留余香

待用咖啡,听起来像一种时下最流行的花哨咖啡技艺,但其实它远比一杯拉花的拿铁要温暖得多。“待用咖啡”的意大利语是caffè sospeso,这个传统起源于意大利南部城市那不勒斯的咖啡馆,人们可以提前多买一两杯咖啡,给其他可能比较贫困的咖啡爱好者享用。从二战开始慢慢流行起来。近期,法国媒体报道称,在欧洲经济受到重创的情况下,这个传统在其他欧洲国家也渐渐固定下来。在保加利亚有超过150家咖啡馆加入进来。

近来,待用咖啡的概念进入中国,不少咖啡馆开始尝试在店内挂出“待用咖啡”的招牌,但他们的境遇似乎都有一点“水土不服”,以上海为例,徐汇区零陵路上一家咖啡馆里的“待用咖啡”遭遇无人认领的尴尬。有人说,咖啡本就是休闲品,中国人脸皮又薄,谁会去“享用”?有人说作为中国人,我基本不喝咖啡。不过,这家咖啡店的店主说,他们也提倡待用三明治或一份待用晚餐。

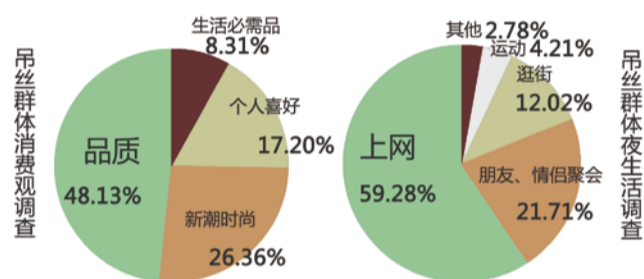
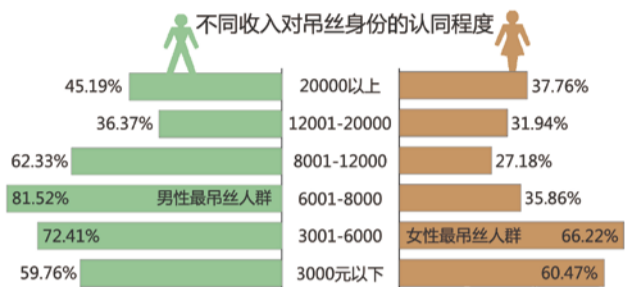
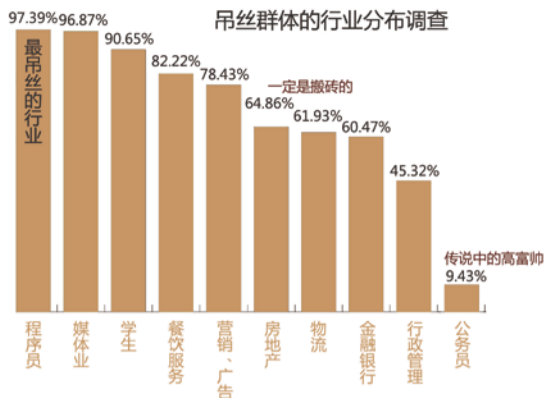
送人玫瑰,手留余香。待用咖啡里,爱的传递的理念还是得到了大多数人的认可。很快,在郑州首次有人尝试起更“接地气”的待用快餐。多付一份饭钱,为囊中羞涩的人认买一份午餐,可能这种形式的爱会更容易在中国生根发芽。

上海 | Shanghai

## 他城 | City

### 杭州 微车队,微服务

在杭州的车内居然印着预约二维码!据杭州当地司机解释,他们自发成立了一个微车队,车队内用微信群排活,在车内自费安装4Gwifi方便用户上网,用微信、微博接受预订,用航班管家帮客人规划出发时间,用支付宝方便客人付款!多挣钱还轻松。



### 吊丝经济学

近来,奢侈品在中国销量下跌。这个时候有人跳出来说,吊丝经济正当道。搜狐财经做出一份有关吊丝经济的调查,有些数据让人忍俊不禁,如有雷同,请勿对号入座。

2013年5月18-19日

上海市婚姻介绍机构管理协会、上海市信息服务业行业协会、青年报社联合举办  
第三届万人相亲大会

爱情的舞台,也是您的商业舞台

第一、第二届万人相亲大会,都成为上海媒体的焦点和上海市民街谈巷议的热点  
参与活动的企业和品牌,也都随着电视、报纸的广泛宣传深入人心

# 第三届万人相亲大会招商开始啦



### 现场展位招商

4万目标消费群体,  
138家中外媒体展示商品和品牌的最佳时机

### 会刊招商

一周的社会热点关注,  
随《生活周刊》正刊发行,不低于4万份的现场派发  
是一展企业形象的最佳媒介

### 招商规格

整版宣传,半版宣传,1/4竖版,通栏,祝贺广告,  
封面通栏,封底,特约冠名,包封封面、封底等,  
特殊规格面议

### 招商热线

61177857

网络媒体支持

