

## FNO, 全城热买

JASMINE  
时尚编辑  
View

即使是飘洒着恼人的细雨,也浇不灭充盈在每个毛细血管里的购物荷尔蒙,即使是积压了整整一周的劳累,也拖不了兴高采烈地迈向商场的高跟鞋们的后腿。好吧,不得不承认,这就是FNO——Vogue Fashion's Night Out摩登不夜城的魅力。

虽说已经是第5次登陆中国了,但是这个在2009年由美国版Vogue女魔头发起的席卷全球的购物节,依旧还是让大家趋之若鹜,光上海这一座城市,就有13家高端购物商场参与其中,拉开这长长的名单,除了老牌的香港广场、恒隆广场、上海商城等等之外,开业不久的K11、芮欧、静安嘉里中心也都榜上有名。再加上香港、北京、杭州的联动,四城一共带来150多个时尚品牌别具匠心的礼遇。这下,可真是忙坏各路潮人了,真恨不得像美猴王一样,多拔几根自己身上的汗毛,再多吹几口仙气。

当年,安娜·温图尔在美国开创FNO的初衷是为了要帮助身处困境的零售业,如今,大环境依旧不那么景气,而上海的商场却似乎是一个不小的例外,发挥了这座魔都不折不扣的魔力:新兴商场此起彼伏,层出不穷,甚至有人说这可能是上海开埠以来商场开张最多的一年。当商场年遇见FNO,那可不是一般的激情四射,火花四溅。每个商场都铆足了劲儿,将自家的购物节派对办得活色生香,美不胜收。且不说促消费,拉额度的终极目标,光这几天的布置、排场、创意、人气,就已经足够争个百花齐放了。而站在你旁边和你一起逛店的,冷不丁就是超模吕燕、世界小姐张梓琳、IT GIRL陈燃之类。虽然这些庞大的明星阵容起着强大的表率作用,不过,他们的效率之高可是常人无法企及的,一个品牌店铺差不多逛15分钟的样子,助理就帮忙提着大包背着小包出来了。这手笔,还真是让人分不清,是梦想照进现实呢还是现实太过梦幻呢?要知道,能够邀请这些明星进门逛一圈的品牌,身价可都不一般哦!

不过话说回来,抛开表面的热闹与浮华,想要买点特别的东西还真只是只有在FNO,比如各大品牌都在非常给面子地限时奉上限量首发,比如CHANEL的经典口盖包、CHRISTIAN DIOR的Dior Bar千鸟格纹水蛇皮手袋、DVF的Flirty Mini Cross Body手挽包、BALENCIAGA晚宴包、MCM糖果感迷你手袋……涵盖了手袋、皮鞋、高级成衣、时尚配件等方方面面,对于真正的时装精们来说才是真正的利好消息,拉动零售,就靠你们了!

2  
潮物  
Item

月相腕表这一充满诗意的钟表杰作,堪称雅克德罗最具代表性的表款之一。今年,拉夏德芳的大师们将月相显示与万年历融为一体,表盘上再现月相盈亏周期这一复杂功能。精心布局之下,此种融合使这两项复杂功能更典雅清韵。



见过满身铆钉的鞋子都没有比见到这双直接插着两根尖针的靴子来得印象深刻。此次STELLA LUNA X Anthony Vaccarello系列鞋履剑走偏锋,摇滚摩登气息浓郁,散发出皮革女郎的危险气息。



adidas Originals x Jeremy Scott x ASAP Rocky 三方跨界,重磅推出JS WINGS 2.0 BLACK FLAG, Jeremy Scott此次选用全黑色打造翅膀鞋,并以刺绣工艺表现星条细节,以他自己的方式呈现出对美国国旗的全新理解,以此向ASAP Rocky致敬。



## 封面秀

本季的秋冬单品,在针织衫上做足了文章,不同系列均有其代表性的元素,从多种面料的选择到冷暖颜色的定位,再到不同的针织手法,细腻入微;多种风格外套也为秋冬女装带来不一样的职业感。最尴尬的季节,变出最美的你。(图:C&A)

## 连锁化建设加速中式快餐扩张步伐 联合利华饮食策划2013中式快餐灵感论坛在沪举行

近日,2013中式快餐灵感论坛在上海举行。作为全球领先的餐饮解决方案提供者和“食”尚文化潮流的引导者,此次论坛的主办方联合利华饮食策划邀请中国餐饮行业的精英结合行业发展趋势,探讨中式快餐连锁化经营中的问题,并提出了科学管理的解决方案,以加速品牌连锁化经营进程和方法,实现有效扩张,打造强势规模中式快餐品牌。

联合利华饮食策划中国区副总裁陈意星、上海市营养学会理事伍佩英、深圳市嘉旺餐饮连锁有限公司产品研发总监谭宗孟等现身论坛,分享食客就餐需求及餐厅连锁化经营,标准化管理的科学管理理念,深入探讨了中式快餐连锁扩张之路。

### 单品牌占有率低,制约中式快餐发展

根据euromonitor数据显示,2012年快餐行业营业额占整个中国餐饮行业的25%左右,而其中,中国快餐业中式快餐占85%,市场空间巨大。然而,中式快餐市场前景虽广阔,单一品牌市场份额却不足。提起中式快餐,中国并没有涌现出像肯德基、麦当劳这样的强势连锁企业。目前,中式快餐没有一家能够在市场中获得超过1%的份额,致使当前庞大的市场处于碎片化局面。

对此,联合利华饮食策划中国区副总裁陈意星表



示:“在行业快速发展的背景下,中式快餐企业迫切需要做的是在快速提高单店营业额的同时,加强餐厅标准化管理,在物流配送、中央厨房管理以及出品等方面保证每一家餐厅拥有统一、高质量的运营效率,实现餐厅快速成长。这是对中式快餐的挑战,但也是在大趋势下发展的必然选择。”

### “味”引食客,餐厅亟待标准化管理

在如今激烈竞争的市场环境中,食客的选择即是市场的选择。从2012年起,联合利华饮食策划在全国17个城市,每个季度对超过2,000名食客进行外出就餐行为研究,形成《2013食客外出就餐行为研究》报告,报告显示,连锁品牌的整体品质保证成为食客选择快餐餐厅时最为重视的因素,而口味好、健康营养等因素都使得中国食客更加偏爱中式餐饮。

上海市营养学会理事伍佩英表示:“食客们追求更美味健康的食物已经成为一大重要趋势。懂得食客的‘味’,才能抓住食客的胃,美味健康的精品菜式,是赢

得更多食客的关键。”提升菜品品质与服务品质,究其根源是需要提高餐厅标准化管理程度。加快提升中式快餐标准化建设,保证稳定的物流配送、高效安全的厨房管理以及统一的出品,是加速中式快餐企业连锁化进程,占领市场大份额的重要途径。”

### 特色菜+连锁化,打造中式精品快餐

“中式快餐发展至今,菜式的不断创新以及菜单设计的不断升级,一直是企业能够保持前行的核心力量。打造出食客喜爱,点餐率高的特色菜一直是我们努力追求的方向。”深圳市嘉旺餐饮连锁有限公司产品研发总监谭宗孟表示。

在中式快餐的经营过程中,打造特色菜品,提升单店营业额,并且严格控制标准化管理和稳定的连锁化发展是经营成功的关键。从菜品研发,原材料配送直到出品,中式快餐连锁品牌均需要严格按照标准化流程执行。

联合利华饮食策划中国区副总裁陈意星表示:“提升餐厅标准化程度是加快连锁,实现有效扩张的保障。联合利华饮食策划在菜单、物流配送、中央厨房管理方面拥有丰富的经验,能够为中式快餐管理者提供配餐标准化制作流程等参考范本,协助中式餐厅加强标准化管理,提高运营效率与利润率,加快连锁化步伐,进而形成强势连锁规模效应,占领更大市场份额。”

在未来的发展中,联合利华饮食策划将通过为中式快餐提供理念与技术的双重支持,使快餐企业不断提升自身竞争力,加速连锁化建设,提高强势连锁化经营,进而实现有效扩大规模,获得更广阔的发展空间,打造中国的精品快餐。

