

最佳本帮菜餐厅奖

| 圆苑 |

Q: 请分享一下此次的获奖心情吧。

A: 我们很开心,也很感谢颁给我们“最佳本帮菜餐厅”的奖。这是对圆苑的认可,也是对我们的激励。

Q: 请透露一下接下来的发展计划吧。

A: 对于上海这个本帮菜之都,本帮菜菜系上如何把握“正宗”两字。首先是食材。巧妇难为无米之炊,健康时鲜的食材是做到正宗本帮菜的第一步。其次是厨师团队的稳定。再好的食材,也需要人去烹饪。圆苑厨师团队的稳定也是我们保持正宗的一大要素。接下来,我们会有更多的门店和大家见面的。希望大家能够一如既往地支持圆苑。



杨一叶
榆杨晚叶工作室 独立制作人
狮子座,天生的媒体人,有着无限的创意和激情。公共微信《美好饮食》出版人,美好饮食摄影,视频和选题撰写,餐饮策划工作。

在这次的美食评选中,圆苑餐厅获得了“最佳本帮菜餐厅”的称号,真是实至名归!

我们对老上海菜的喜欢是流淌在血液里,除了它的酸甜苦辣咸以外,多了一份怀念。也许上海的城市变迁在17年里让你还来不及体会和驻足,但是上海圆苑的菜肴却能让你记忆犹新,浓油赤酱的圆苑红烧肉,独一无二的本帮淮扬炆虎尾,深入记忆的金牌煮干丝,上海滩最巨无霸的圆苑蟹粉狮子王,还有让你吃到热泪盈眶的琥珀豆瓣酥……那些儿时记忆里的上海老糕、条头糕、茨饭糕,再次放进嘴里,都让人欣喜若狂,因为我们有吃到感动和回味。



圆苑品牌营运助理 吴文军

生活週刊

最生活大奖

2017 iLife Award

生活美学榜



最全效黑膜奖、最佳熬夜眼霜奖

| 奥洛菲 |

Q: 对两个单品都获得“最生活”大奖有什么特别想说的?

A: 奥洛菲品牌一直倡导法式轻尚、无负担解压的生活方式,与“最生活”不谋而合。能获得《生活周刊》的肯定,也与集团一直以来坚持“品质、品位、品格”的三品主义息息相关,奥洛菲将坚持为消费者带来高品质、高质量的产品。

Q: 在创新之路上,奥洛菲在未来有怎样打算?

A: 未来离不开“聚焦”二字:高端面膜品牌OLEVA+将持续进入全球丝芙兰,打造全球高端面膜第一品牌;奥洛菲以6无添加作为基础系列,区别一般护肤品牌;聚焦早晚眼部,打造女神级护肤品;集团旗下的大众品牌菲乐将挖掘高性价比的面膜市场,以99膜法打通大众面膜品类。



法国奥洛菲集团董事长 何国光



路客

生活美妆观察员

不懂得生活的美,又怎能爱上生活!自媒体人,拥有“路客”订阅号。多年美妆行业、媒体行业工作经验,担任国内多家时尚媒体特约撰稿人。以观察员的身份,推崇从“生活本源”出发,优化生活方式,让自己变得更美。

又一届“最生活”大奖尘埃落定,这些入围、参选的美妆产品,来自于各个渠道、国家,不论大牌、小牌都是“网红”。最终,由网友们评定的大奖,倒也映衬了人们生活中的一些美妆习惯。越来越忙碌的工作生活、越来越堪忧的环境污染问题,都让人们寄希望于美妆产品,比如说,奥洛菲获得的“最全效黑面膜大奖”和“最佳熬夜眼霜”,均是“都市夜归人”的最爱。尤其是眼霜,这个单品在多年以前还处于被人吐槽“鸡肋”,但如今,有着越来越多的人认为它不可或缺!而另一个大奖,最佳保湿补水类面膜,由玛格丽特·古缇耶摘得。保湿这个话题最基础,但也是护肤保养中最难坚持和最重要的一项工作。可能在你身心疲惫、皮肤黯沉的时候,一片保湿面膜要比什么抗老、美白更管用!



玛格丽特古缇耶大中华区品牌总监Kenni和市场总监Kail

最佳保湿补水类奖

| 玛格丽特·古缇耶 |

Q: 这次获得最生活大奖,有什么感想?

A: 玛格丽特·古缇耶进入大中华市场三年多了,作为一个小众品牌,赢得了越来越多朋友们的喜爱,我们感到很高兴。日趋成熟的消费品市场中,选择适合自己肌肤的品牌,不盲从,选择适合自己的方式享受,也是我们品牌想表达的态度。

Q: 市面上化妆品种类品牌繁多,玛格丽特·古缇耶自己的特征有哪些?

A: 我们在保留欧洲古方天然植物萃取特别方式的基础上,加入现代护肤高科技成分,以适应现代环境污染、生活压力增大后对皮肤护理的更高要求,比如我们的王牌产品“胶水眼霜”,就是既具有温和的植物基底,又有高科技专利成分,是真正解决眼部问题的产品。

Q: 接下来会对产品有新的目标吗?

A: 我们在保湿补水类产品已经有了回购率非常高的很多单品了,今年会继续升级系列,在功能性产品方面,我们将升级原先的美白精华配方、玻尿酸原液以及祛痘产品,同时我们也计划推出更多crossover系列,拓展更多的可能。