"2011消费影像"之——热词篇>>>

事件是短命的，即使火极一时也会随着时间的流逝慢慢被人们淡忘，但是它却能通过词语留下痕迹。“时势造热词”，希望这些热词能让你记住2011年发生的那些事。

热词——时代的印痕

Traces of the times

商业Business

商业综合体

随着恒隆广场的开业，格拉苏蒂、爱马仕钟表、Coach、Ole、百丽宫……当一个17.1万平米的Shopping Mall一夜之间携手一百多个这个城市从未有过的品牌，出现在济南消费者面前时，就注定了恒隆广场将带领济南商业进入商业综合体时代。

快时尚

ZARA、优衣库、H&M、C&A等一批快时尚品牌2011年迅速占领济南，2011年成为了济南快时尚的“元年”，快时尚品牌已在济南呈现急速扩张趋势，ZARA、优衣库多店占领新开业购物中心，并成为消费者争相购买的品牌。

网购奢侈品

奢侈品在中国近年连续以两位数的增长率迅猛扩张，但2011年中国奢侈品门店新开业数量不及2010年。究其原因，目前发展势头很猛的网上商城以及境外购物开始冲击着国内奢侈品门店的销售。

卖场看电影

恒隆广场百丽宫影城、银座玉函店新世纪影城、和谐广场鲁信影城，2011年，大型卖场的影院设施已经成为标准配置，恒隆广场的D-MAX金属屏幕3D影院声画效果堪称影院中的劳斯莱斯。

网购大战

淘宝双11、双12大战，全场5折、全国包邮的恐怖促销形成一股超级旋风。11月10日晚，数以百万的年轻淘客在电脑屏幕前等着，一夜昏天黑地的疯抢造就了淘宝24小时之内33.6亿的新纪录。

男人帮&京东商城

都市爱情喜剧《男人帮》首播，无处不在的京东商城植入广告让这个电商后起之秀的名字传遍千家万户，利用一部大热电视剧植入企业广告，这种跨界宣传还是网商的第一次。

家电Appliances

“十二五”规划

中国家电协会正式发布了《中国家用电器工业“十二五”发展规划的建议》，提出“十二五”期末家电工业总产值将达1.5万亿元，年均增长率9.2%，继全球产量规模实现第一后成为全球销量第一。

变频

变频空调成为空调市场的主导，5月份时占比就达到53.4%；洗衣机也要变频，变频洗衣机同比增速超过37%，高于洗衣机整体市场增幅；甚至微波炉也推出变频技术。

物联网

海尔、美的等陆续推出物联网冰箱、物联网洗衣机，物联网空调，物联网家电在这一年蔚然成风，并实质性地推向市场。

除甲醛空调

海尔推出无氟变频除甲醛空调，针对消费者需求对空调市场进一步细分，满足了新装房需要除甲醛的强烈需求，在无氟变频空调的占比进一步提高。

数码/ITDigital

iPhone5

“iPhone5”排在了2011年全球搜索上升最快关键词第六位，直到4S出，人们才觉得大梦初醒，原来是被苹果涮了一顿，不得不提醒苹果的是“狼来了的故事”只能讲一遍哦。

愤怒的小鸟

除了游戏，愤怒的小鸟也成了服装、蛋糕、杯子，当你看到满大街都是红色和绿色的小鸟时，你知道如果2011年你没玩过“愤怒的小鸟”，那你真的快土得掉渣了。

云

阿里云手机、云电视、云打印机，云似乎已经遍布在我们的生活与工作当中，不管是炒作嫌疑还是技术未成熟，我们不得不否认2011年大家身边的“云”产品是越来越多。

超级本

在英特尔的推动下，Ultrabook(超极本)的概念被抛出，旨在为维持现有wintel体系，与iPad以及android平板电脑竞争。随后，包括联想、华硕、东芝、宏基等厂商均推出了万元以下的超级本。

裸眼3D

从2011美国CES展上各品牌推出裸眼3D产品之后，裸眼3D成了人们关注的焦点，各类裸眼3D产品竞相推出，任天堂3Ds、LG裸眼3D手机、HTCqHD级别S-LCD屏幕、裸眼3D贴膜，连街边巷角的老人都会问：“你这手机是裸眼3D的么”？

餐饮Food

勾兑

2011年，栽在“勾兑食品”上的知名餐企不在少数。肯德基的“醇豆浆”、味千拉面的骨汤熬制、海底捞的骨头汤等，谎言穿帮，行业大佬纷纷折戟。拷问良知，企业责任任重道远。

食品添加剂

随着“化学火锅”、“双汇瘦肉精”、“台湾塑化剂”、“染色馒头”等非法添加事件接连曝光，要求凡提供火锅、自制饮料、自制调味料等餐饮服务单位等，必须备案使用食品添加剂的情况，并公示告知消费者。

地沟油

2011年9月中旬，公安部破获了一起涉及14省的重大地沟油案，一条集掏捞、批发、零售六大环节的地沟油黑色产业链终于首次浮出水面。然而尴尬的是，对人人喊打的地沟油，监管部门却拿不出有效的检测方法。

蟹券

如今，蟹商们一年的收成已经不看卖了多少蟹，而看卖了多少券，送礼经济催生新的商业模式，精明的大闸蟹商人借打“新鲜方便有面子”这张牌，回笼资金，靠蟹淘金的“蟹券”更有效。

阴阳菜单

同样的原料、同样的做法和分量，大堂散座和包间内的菜单价格不同；要发票的和不要发票的菜单价格不同；团购的与非团购的菜单价格不同；这就是一些餐馆暗中多赚钱的方式——“阴阳菜单”。

换标

STARBUCKS COFFEE字样不见了，只保留了标志性的美人鱼头像，以经营粥品闻名的连锁餐饮企业宏状元，也在其新LOGO中去掉了原有“粥”的字样，2011年“换标”似乎成了餐饮品牌热衷的行为。

收购

美国百胜集团跨国并购小肥羊计划终于被商务部放行，而此前，欧洲安佰深也已完成对高桥自助餐厅金钱豹餐饮集团的收购。频繁并购国内大型餐饮连锁企业，无疑是外资加快占领中国餐饮市场的重要举措。

文化Culture

互粉

不知你是否留意所有年轻人见了面似乎都会掏出手机做同一件事情，然后口中念着同一句词“来，互粉一下”。对，2011年微博红了，互粉这个词也随之而成为“你好”的代名词。

微信

虽然腾讯存在抄袭“Talkbox”的嫌疑，但不得不承认2011年微信确实拉近了人们之间的距离，“有事微信你”成了人们口中常用的句子，的确，不花话费只占流量又不限时间的聊天准会拒绝呢？

“XX体”

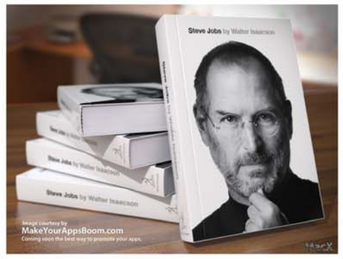
“梨花体”、“凡客体”已然老套，“咆哮体”、“私奔体”、“丹丹体”、“高铁体”、“秋裤体”等前仆后继。不少网友举双手欢迎，认为这些新的表达方式不仅用轻松的语言说出了心声，几乎成了“生活的一部分”。

“官微”

2011年被称为中国政务微博元年，数据显示，截至目前，通过认证的各领域政府机构及官员微博已近2万家，其中政府机构微博超过1万家，个人官员微博近9000个。

《乔布斯传》

乔布斯辞世后，其唯一授权的同名个人传记《史蒂夫·乔布斯传》，全球同步发行，简体中文版于当天上午开卖，引发读者狂热追捧。据官方数据：《史蒂夫·乔布斯传》简体中文版首周销量为67.8万册。



文化产业

十七届五中全会提出，要推动文化大发展大繁荣、提升国家文化软实力，据有关资料介绍，美国生产全世界75%的电视节目、60%的广告节目。而对这样的现实我们必须加快文化发展步伐。

珠宝Jewelry

开店扩张

以明湖珠宝城、恒隆广场等开业为契机，各大珠宝商竞相开店扩张，一场比服务、比品质的激烈竞争在济南珠宝市场上演，而竞争的背后，消费者将是最大的赢家。

翡翠“赌石”

“一刀贫，一刀富，一刀劈出亿万户”，作为翡翠原石传统交易方式的“赌石”，每天都吸引上百位玉石爱好者观看，几十位消费者亲自体验“一刀穷、一刀富”的心跳感觉……

金价暴涨

金价的暴涨，全民掀起了一股买金藏金炒金的热潮，藏金于民，利国利民，尽管国内黄金消费涨速迅猛，但我国黄金人均拥有量仍不及世界平均水平的1/5。

联想乐Pad 非常礼遇 年终感恩亲情送

有没有一种礼物，让你由衷惊喜；有没有一种礼物，改变你的生活？

在2012这个充满传奇的纪年即将到来之际，联想乐Pad重拳出击，以优秀的产品性能，绝佳的操作体验、强大的品牌保证，亲情献礼感恩回馈，为中国消费者打造两款节日好礼，款款有惊喜：乐Pad孝心礼特别版，1699元亲情呈现；乐Pad 3G标准版，1999元给力新年，让2012的回家好礼，有新意更有情谊！

节日礼品新风尚

2011年是联想乐Pad全面爆发的一年，从3月乐Pad粉墨登场，到近期乐二代的盛大问世，联想成功打造S、A、K三大系列产品，6款个性十足的平板电脑，成为2011年度Android市场销量第一的明星产品。年终岁末，联想乐Pad为回馈中国消费者的厚爱与支持，推出两款年终好礼，打造更有创意、更有心意、更适合中国消费者的节日礼品，让中国消费者感受到前所未有的“非常礼遇”。

无论是看惯中文的老爸老妈，还是时尚新潮的亲密爱人，亦或是要求严格的上级主管，联想乐Pad都会带来惊喜，成为2012最有面子，最有新意的时尚潮礼，引领节日礼品新风尚。

感恩回报孝心礼

这个春节，带乐Pad回家！

春节将至，为世界上最爱你的人送上心意吧！联想乐Pad为老年用户打造乐Pad孝心礼特别版，让夕阳生活也俏丽多彩！科学做保健，长寿更有方，联想乐Pad孝心礼特别版为老年人打造健康新生活，预置30余本养生保健典籍，成为老年人专属的健康顾问；联想乐Pad孝心礼特别版预置了近400段京剧、评书、相声等名家名段；让爸妈在欢笑中越来越年轻；老小孩也要新快乐，别以为上了年纪就是落伍，联想乐Pad孝心礼特别版为老年人打造了50余款专属应用；为了让老年人用得更简单，玩得更开心，乐Pad孝心礼特别版进行了专属升级，增加了大字体界面，手写、语音输入等功能，让老年人轻松玩转数码新时代。

当大街小巷的年味儿越来越浓时，你还在为选购礼物而伤透脑筋吗？联想乐Pad以巅峰品质、强悍性能、完美设计、丰富应用，为你打造节日非常好礼，给那些你爱和爱你的人们一个惊喜吧！联想乐Pad，更多惊喜更多选择，详情敬请致电24小时咨询热线400-822-2008，或登录联想官方商城shop.lenovo.com.cn。

韩氏绿手帕慈善之夜 用艺术与爱共筑温暖

2012年1月8日，韩氏绿手帕名媛慈善夜暨顾客答谢会在济南维景大酒店举行。此次韩氏绿手帕慈善酒会是由韩氏主办，济南红十字会、山东公共频道民生直通车栏目见证并参与的大型慈善晚宴，与会人员全都在手腕系上绿手帕，绿色的海洋营造出一片温馨祥和的氛围。酒会共持续3个多小时，由艺术品展拍、现代舞、人体彩绘、沙画欣赏等时尚高雅艺术与市残联现场表演及作品拍卖等多个环节组成，所有参拍展品收益全部捐献给济南市残联，用于帮助残障儿童及孤儿。

女权主义是主线，老男人们走上T台

不同于以往的慈善活动或大型义卖,韩氏绿手帕名媛慈善夜暨顾客答谢会自始至终洋溢着温馨愉悦的气息，慈善之夜以一部十余分钟的女权主义电影片段拉开帷幕，继而一支《女王舞》让现场狂热起来,那份惊艳让在场的观众一下子就知道女性才是今晚的主角。

张咏进叉拍书法作品

其后，山东省著名歌唱家、2010年全运会会歌演唱者、老男人之首雷岩登台韩氏，献唱一首爱情歌曲，幽默诙谐的表演HIGH翻全场。

韩氏这次以女人为核心的晚宴，亮点在于邀请了各行各业成就卓著、对自己最自恋的老男人们走上T台，展现自我魅力的同时，以义拍的形式捐献自己的作品，拍卖会以当代艺术作品敲响第一锤。当代艺术家魏明贡献出自己的作品《修复》，不仅贴合韩氏整形此次“绿手帕”修复畸形患者的主题，更是展现出当代作品少有的唯美；当代艺术家魏更超提供的装置《不确定——个体》折射出深刻的时代考量。

拍卖中，价值十万元的“世界酒王”罗曼尼·康帝的亮相掀起会场第一次高潮，贡献出它的红酒达人王东波先生坦言，山东第一瓶被消费的罗曼尼·康帝就是以慈善的方式出现，是他希望能为慈善事业聊表寸心。

韩啸向济南红十字会捐款

人生处处有传奇，源于爱

2007年，张雷变性手术曾在国内外引起巨大影响，正是韩氏专家精湛的技艺，让这个有着性别尴尬的男孩华丽蜕变。五年过去了，张雷以一曲《传奇》震惊全场，“现在我就是一个普通的女孩，喜欢逛街，喜欢零食，喜欢时尚的衣着，我热爱现在这种生活。”

同样让大家感动的还有以沙画艺术表述的韩氏韩籍口腔专家，亚洲即刻种植牙之父“大龄帅哥”崔德俊与中国妻子胡晓的跨国爱情。两年前，崔院长因一场大病结识了当时作为护士照顾他的中国姑娘胡晓，并相知相恋。为了胡晓，他义无反顾的留在了她的家乡济南，并选择成为韩氏口腔的领头人，把即刻种植牙与隐形正畸等国际最高端的口腔治疗技术带到了韩氏，让泉城人民享受到了国际化的口腔服务。而这一选择亦是源于韩氏对慈善的付出，感动了作为韩国人的崔德俊，使他认识到济南人民的大爱精神。最后，在一曲动感的印度舞曲中，韩氏绿手帕慈善之夜完满收官，这一晚的美好记忆和慈善之心，永远铭记在现场嘉宾的心中。

这些年，干了不少事儿

韩氏九岁了，已经做了很多，无论是资产、面积、医疗水平、顾客数量还是社会影响力都是个中翘楚，是名副其实的整形美容第一品牌。由韩啸成立的“啸基金”多年来不断践行着他的博爱思想，发起很多慈善活动。在汶川、舟曲的大灾中慷慨解囊，为奋不顾身救友的女孩范娟免费治疗烧伤畸形为贫困但积极向上的关公男孩免费去胎记为实现普通人的愿望捐赠百万,免费为面容受损的贫困人群整形救助……

据悉，不久前韩氏整形“啸基金”已向济南市红十字会捐款5万元，用于帮助贫困家庭及儿童过冬，并将于2012年出资50万元与民生直通车栏目共同打造“韩氏心愿行动”，年内还将一次性投入300万元与济南市红十字会合作，救助100名先天、后天及烧烫伤引起的面部、四肢等畸形患者，使他们重拾生活的信心。对此举，济南市红十字会领导给予高度的赞扬，并表示：“韩氏啸基金多次向济南市红十字会及其他慈善机构捐款捐物，为其他民营企业做出了表率，我们非常感谢这种有社会责任感和爱心的企业，希望今后可以共同帮助更多需要帮助的人。”

韩啸先生展示拍品签版画

对于红十字会领导的赞誉，韩啸先生表示：“首先应该感谢那些接受我们帮助的人，近些年做的很多慈善事业让我觉得更加快乐。”

边品意大利葡萄酒边学习之七

红红火火过新年 塔维诺美酒相伴

又逢年底，准备年货是必不可少的功课。这不，青年东路的阿莱昂德利酒庄也比之前热闹了很多，前来挑选葡萄酒的人络绎不绝。

原瓶进口 春节送礼有面子

“年底了，最头疼的就是送礼，既要得称心如意，还得讲究新颖、实用、上档次，可真不容易。”在阿莱昂德利酒庄挑选葡萄酒的王先生如此说，“今年送礼就选意大利塔维诺系列葡萄酒了，之前喝过，口感、新鲜度都不错，百分百意大利原装进口，质量有保证。另外，各种价位的都有，给不同的客户选择的余地也大，而且包装都比较精美，一看就比较上档次。”

“一瓶好的葡萄酒需要上等的葡萄”，塔维诺系列葡萄酒来自有超过3000年酿酒历史的意大利，葡萄基地位于有着葡萄酒悠久生产历史的艾米利亚—罗马涅产区。由意大利最有影响力的葡萄酒生产企业齐维科集团生产。典型的地中海型气候，充沛的雨水与充足的阳光，这些天然条件使艾米利亚—罗马涅生产出众多种类繁多优良的葡萄，加上齐威科集团最先进的酿酒设备，一流的酿酒师、专业的酿酒技术使塔维诺系列葡萄酒散发出风味不同、性格独特的迷人香味。

好酒不贵 家庭聚会就选“塔”

“我仅花78元就买了原瓶进口的塔维诺红酒，原来这么实惠的价格就能品尝到意大利纯正葡萄酒。”李女士一下子买了6听塔维诺利乐包红葡萄酒。在阿莱昂德利酒庄，这种滋味协调、口味可口，适合与任何食物搭配的塔维诺利乐包装红葡萄酒受到了消费者的欢迎。

“自己喝，家庭聚会还是讲究实惠，利乐包装的比瓶装的实惠多了。”李女士这样说，“塔维诺葡萄酒真正是‘好酒不贵’，真正让我们平民百姓也消费得起。”

红火新年 怎能少了塔维诺？

红红火火的年夜饭，怎能少了一杯摇曳生姿的红酒？新年的喜庆更需要一杯葡萄酒去表达。“饺子就葡萄酒，越喝越有”。而春节期间在饮食上大鱼大肉会增多，葡萄酒尤其是红酒中含有丰富的单宁和多酚物质含量，能很好地帮助人体进行消化、疏导血管，有利于心脑健康。

春节期间应酬聚会的次数也明显增多，亲朋好友相聚总免不了举杯相邀，健康的葡萄酒更成为春节聚会的首选。既能喝的高兴又能喝出健康，何乐而不为呢？

意大利阿莱昂德利酒庄/塔维诺山东办事处 诚招代理

专卖店地址：济南市青年东路10号

电话：0531—82910477/13305310067

塔维诺解佰纳美乐特选干红 塔维诺蒙特不查诺珍藏干红

劲酒提倡“少喝一点，喝健康酒” 刮起春节酒桌消费新风

中国人喝酒的首要原因是一种人际关系的建立与维持，喝酒成为一种形式，这和我们国家讲究人情、重交情的饮酒文化密不可分。而事实上，劝酒、酗酒、斗酒等不健康的饮酒行为也正是受到这种酒文化、酒风俗的影响而形成的，“以酒辨人品，以酒论感情”的酒桌文化让不少人难以招架。

令人欣喜的是，民间酒桌文化有了新的风向标。人们已经开始从早些年“喝个痛快”、“不醉不归”的豪言壮语，逐渐转变成“少喝一点”的贴心劝语，“喝健康酒”的明智之举。

一位餐饮店服务员告诉笔者，“虽然临近春节，进入到饮酒的高峰期。但店里贪杯、过量饮酒、醉酒失态的情况并未增多。”

现如今，在酒桌上我们经常可以看到用劲酒作为宴请款待酒。不少消费者表示在饮用劲酒后有四个明显的感受：一是全身持续性均匀发热，感觉通体舒泰；二是感到精力充沛，不易疲劳；三是劲酒有温补肾阳的功效，能改善中老年消费者频繁起夜的现象；四是饮用劲酒对改善睡眠，提高睡眠质量也有不错的效果。

春节日益临近，健康专家特别提醒广大消费者，正如所有的酒都不宜多喝一样，保健酒虽然含有多种功效成分，对人身体有益，但也要坚持适量常饮才能起到应有的保健功效。