

微卷首

21天，成就更好的自己

韩爽



消费，是一门艺术！
消费，是一种态度



周二，从韩国代购的柠檬杯终于到货了。这一时下大热的“喝水神器”，只不过是普通的水杯底部组合了一个手动榨汁器，兼有过滤果核的功能，却很是让我兴奋了一阵子：长久以来喝柠檬水的愿望终于实现啦！补水啊、美白啊、排毒啊、抗氧化啊……一长串诱人的字眼手拉手在眼前欢快地转着圈儿，不知不觉连端杯子的动作都变得小心翼翼——老天！这哪里是捧着一杯柠檬水，分明就是捧着“一水儿的”梦想啊！连续两天，上班第一件事，就是将半个新鲜柠檬倒扣在杯底，拧一拧，再摇一摇，喝水这件枯燥的事，就这样一下变得有趣起来。两天下来，其他效果没看出来，但至少改掉了平日里不爱喝水的坏习惯，单凭这一点，就值得我痛快给出“好评+全5分”了。

不得不佩服“思密达”们的经济头脑和创新能力，他们总能敏锐地捕捉到女人们对美的渴求，并开发出最简单易行并且趣味十足的方法和产品，激发我们追逐目标的热情，缩短我们实现梦想的距离。除了柠檬杯，还有“健康美丽喝啥哟”的蜂蜜柚子茶，以及风靡白领圈的郑多燕减肥操、边玩边瘦的劲舞团网游等等。类似这种东东永远不愁人气和销路，因为我们从来都不缺少目标和梦想，缺少的，是实现梦想的方法和动力。就好像，你明明可以清楚地看见河对岸，却苦于找不到载你过河的那条船。现在，有人给了你这样一条船，你甚至都不用力摇桨，就能优哉游哉地抵达对岸，你会不会动心？

目标就是岸，习惯就是船，登上好习惯这条船，用21天的时间学会驾驭它。然后，你只管放心大胆地躺在甲板上晒太阳看风景就好，你的船会在你指定的航道里，在惯性的驱动下一路乘风破浪，妥妥地送你到任何你想去的地方。

——等等！为什么是21天？

哈，你有没有听过那个著名的“21天习惯法则”？据说，大脑构筑一条新的神经通道需要21天时间。所以，人的行为暗示，经过21天以上的重复，会形成习惯，而90天以上的重复，会形成稳定的习惯。有这样一个可以量化的科学数据撑腰，是不是突然觉得，要改变一些现状，达成一些目标，其实远没有我们想象的那么困难？

所以，不妨找个生活中你一直想要突破的点，制定一套切实可行的“21天改造计划”吧。你可以晨跑21天，远离零食21天，坚持记账21天，认真卸妆21天，不抱怨21天，不熬夜21天，早出门21天……不需要给自己设定多么远大的目标，完全可以从眼前做起，从这些触手可及的小事着手，找一个自己能够轻松接受的方式，在享受乐趣的同时培养习惯。比如，我本人正在进行的一项“21天改造计划”，是在手机里安装了一个学英语的APP，然后在开车上班的这段路上，戴上耳机，恶补英语口语，打造自己专属的“流动英语角”。不用报英语速成班，也不必买教材苦读，只是把上班路上听着口水歌发呆的闲散时间利用起来，从此不怕堵车，告别路怒症，高兴时尽可以像李阳那样疯狂吼上几嗓，给每一个清晨注入满满的活力。

不过，要把同一个行为重复21天，说来容易，做起来却并非易事。这期间，除了一点恒心，一点毅力，我们或许还需要动一点脑子，开发一点激励机制：一只创意新颖的水杯，一双轻盈时尚的跑步鞋，一个带卡路里显示的计步器，结交一位外国朋友，或者和闺蜜打赌一个月后看谁减肥更多等等，都会帮助你获得动力、克服阻力。开始或许需要时时自律，不停为自己打气，直到某一天，你的大脑突然开启了自动提醒模式：喂，我今天是不是漏掉了什么？甚至觉得一天不做这事就浑身不得劲的时候，恭喜你！一条好习惯的“神经通道”终于被打通了，假以时日，最终它会融入你的生活，转化为人生中不可或缺的一部分。

是谁说过，把一个习惯坚持一辈子，它就是你的了。

不要忽视习惯的力量，我们的生活是积极还是消极，是精致还是粗劣，都由我们的一个个习惯决定。养一个好习惯，并从中收获快乐吧，让自己生活在由好习惯交织形成的正能量磁场中，你迟早会成为你想成为的那个人，过你想过的那种人生。

最近一段时间，晚饭后经常能在小区里碰到一位独自跑步的中年女人，初春的夜晚有些凉，她的额头上鼻尖上却渗出细密的汗珠，臃肿却坚定的身影被路灯拉得很长，“加油啊”，每次擦肩而过时，我都会这样在心底默默为她打气。有为之奋斗的目标，有改变自我的勇气，有持之以恒的毅力——这样的人，总是值得我们敬佩的，不是吗？

说到底，我们爱上的不是这些好习惯本身，而是那个越来越美好的自己。

中国4A第九届理事会换届选举结果揭晓

3月14日，中国4A第八届第四次理事会和第八届会员大会在京召开。

在本次全体全员大会上，经过投票，选举产生了新一届理事会，理事会上推选北京电通广告有限公司为理事长单位，推选北京电通广告有限公司常务副总经理李西沙为理事长；北京广告有限公司董事长胡纪平为常务副理事长；中视金桥国际传媒集团、奥美整合行销传播集团、麦肯·光明广告有限公司、群邑中国、思美传媒股份有限公司、分众传媒(中国)控股有限公司、广东省广告股份有限公司为副理事长单位；以及10家理事单位。

新任理事长李西沙在就职讲话中表示，没有创新就没有发展，在未来的两年任期中希望更多地发挥理事会成员单位的作用，让大家在中国4A的平台上都有出色表现，为中国广告业的发展贡献力量。

新一届理事长单位北京电通广告有限公司于1994年在北京成立，至今已满二十周年，长期为国际、国内客户提供综合服务。多年来以“争做客户最信赖的广告公司”为奋斗目标，广告营业额一直处于同行业领先地位。

曼可顿面包脆糖酒会上受追捧

3月28日，第90届全国糖酒会于成都盛大开幕。国际烘焙专家曼可顿携曼游游面包脆闪亮登场。曼可顿食品集团总裁陈伟佳及副总裁徐国勇、吴津军、曼可顿首席烘焙大师乐贝帝先生莅临现场，为曼可顿首次参展揭幕。糖酒会曼可顿面包脆展位前人头攒动，是人气最集中的展位之一。下阶段还将推出曼游游棒脆糖、芝士卷等纯烘焙休闲食品。

曼可顿食品由比利时亚太国际集团1995年在中国投资建设，先后在上海、北京、广东、山东和四川建厂。曼可顿烘焙家族拥有切片面包、法式经典面包、蛋糕、休闲烘焙及月饼在内逾百余产品成员。面包脆有六大口味，选用最新鲜的面包，以“非油炸”工艺搭配特制香料烘焙而成，美味无负担、好吃更健康。针对各地消费市场不同需求，曼可顿将陆续推出红豆抹茶味黄金蛋糕、丹麦系列手撕包以及毛毛虫面包、肉松面包，值得期待。

回头客食品8年全国销量第一

3月22日，一场消费品市场最具影响力、最具权威性的品牌盛会——“全国市场销量领先品牌信息发布会”在北京举行。回头客食品2013年铜锣烧销量遥遥领先于同类竞争品牌，成为行业名副其实的销量冠军。

这是继全国质量检验稳定合格产品、全国质量诚信承诺优秀企业、中国烘焙十大优秀品牌企业、中国食品行业最具竞争力十大领军品牌等众多殊荣后，回头客食品品质为王的又一胜利。

冠军品质打造销量第一 近年来，休闲食品市场群雄割据，要想占据更多市场份额，品质最为重要。回头客食品深谙这点，自成立以来就把“以质为根，以仁为本”当作企业发展理念，为消费者提供安全放心、高质量的休闲食品。拿经典红豆味来说，单白砂糖与红豆粉的比例，回头客就测试了上千次。一个小小的

红豆味铜锣烧，回头客前后就花了超过12个月的测验和调试，果然，红豆味铜锣烧一经推出即广受欢迎，在同类产品中销量一直遥遥领先。

围绕着“高品质”的生产核心，回头客食品确保食品安全、健康、新鲜，成功将旗下糕点产品从6个月保质期缩短到5个月。以稳定品质为支撑点，回头客打造了一个安全放心的食品王国，旗下的铜锣烧、欧式蛋糕等明星产品，在众多区域市场，单品销量长年稳居前三。

好品质来源精益求精 制作一个16g的铜锣烧，需要经过数十道工序。以“让每个人都吃到健康食品”为使命，回头客食品一直致力于改善生产环境，提升食品品质。截至目前，回头客食品已陆续在福建、山东、湖北、四川等地建立了600多亩花园式生产基地，拥有20多万m²现代化生态厂房，100多条世界领先的自动化流水线。



而在品质管理方面，回头客食品于业内率先导入10项健康管控标准，以“制药”标准打造健康、洁净的生产环境。此外，还设置了从原料检测、环境检测、产品检测、包材检测及纸箱检测在内的106道质量检验工序，严格贯彻“1=100”品质追溯原则，一旦发现1个不合格品，整批次产品100%都要重检。

以精立业，以质取胜。回头客食品发展势头强劲，已经连续8年实现每年增长100%。短短8年时间，回头客食品以黑马之势在休闲食品业中突围而出，成为了铜锣烧细分市场的第一品牌。相信回头客的华夫饼、薯片等其他产品也必将会在休闲食品领域占据一席之地。

“清妆上阵”银座商城校园公益行



3月17日，银座商城联合山东师范大学与欧莱雅集团旗下优秀品牌科颜氏、植村秀共同为山东师范大学的同学们带来一场别开生面的“面试培训课”，为即将面临面试与工作的大学生培训如何在最短的时间里打造完美“第一印象”。

当晚，科颜氏、植村秀分别为在场超过三百名毕业生讲解了基本面部护理的方法与重点、快速打造商务彩妆的技巧。在同学们的热情支持下，活动一直持续到晚上九点多才宣告完美闭幕，取得了非常圆满的效果！

10万“天橙”空降全城 世茂天城“礼橙天下”

世茂100亿，再造百年中心

一座中央城邦，世茂为您开启。世茂·天城，世茂股份布局济南的又一力作，总投资近100亿，雄据济南百年中央，缔造87万m²城央综合体，集中央华宅、珍品TOWNHOUSE、BLOCK商业街区、都市公寓、5A国际写字楼五大高端业态于一体，为泉城再造又一时代地标。

世茂天城“礼橙天下”礼献济南

世茂天城，复兴一座城市的荣耀。为了致敬济南、造福泉民，特隆重推出“礼橙天下——赏天城，送橙子”活动；于3月底，10万“天橙”礼献泉城。

只要到访临时接待中心或巡展点预留电话、姓名、房源意向等基础信息，可免费领取。



世茂天城临时接待中心：天桥区堤口路区政府东邻天发舜和酒店。

本期主打：健·动——春日健身主题策划 D02-D06

D02

齐鲁晚报

都市消费·微生活·商讯

2014.3.28 星期五