

北京消费季启动

6月将发放超
百亿消费补贴

本报讯 陈琳 6月,“六一儿童节”“端午节”“618”将轮番登场,北京消费季新一轮的活动也蓄势待发。

5月29日,“北京消费季·亲子节”“北京网络直播大赛”“夜京城簋街夜动”“北京首发节八大商圈专场活动”同时开启。联动京东、小米、苏宁易购、翠微商场、龙湖天街、国贸商城、吴裕泰、工行北京分行、招行北京分行等多领域企业,线上线下共同发力,将于6月发放超百亿消费补贴。

多领域企业推出促消费活动

6月,电商平台、金融机构、线下商超、生鲜到家、餐饮、老字号、汽车、家居等多个领域,叠加“618大促”各项优惠活动。其中,京东将于5月31日0时起,分批次发放超亿元北京消费券,为北京市民带来“618”折上折专属优惠。每日优鲜将于6月11日起,在自营APP和小程序上向北京市民发放1.5亿元消费券。

工商银行北京分行刷卡领券,优惠热力十足。中石油北京分公司开展的“夜间加油,优惠好礼”活动,加满30升,米面粮油送到手。北京苏宁易购线上线下多项消费券大礼包;城乡购物中心推出“618神券”,享多重折扣。

亲子节等多个活动同日开启

5月29日下午,“北京消费季·亲子节”在昌平区北京乐多港万达广场

启动,拉开全市“六一儿童节”和暑期亲子家庭消费热潮,活动将持续到8月底。联动商场、教育、旅游、体育、酒店、餐饮等商旅文体多元业态,200余家品牌企业、2000多家门店,开展“亲子市集”“亲子运动惠”“亲子趣课堂”“国潮亲子行”“亲子特惠地图”五大主题板块活动,通过主题市集、优惠促销、红人直播、爆品秒杀、跨界合作等多种形式,为家庭亲子消费提供多样化选择。

当晚,第二届“北京网络直播大赛”在华熙LIVE·五棵松正式启动。组织全市的新消费品牌、老字号品牌、京郊特色产品、重点商圈、产业园区等相关企业,举办直播带货、云探店等形式,开展老字号、新消费品牌、逛北京、乡村振兴等系列主题活动。

“北京首发节”将联动北京SKP、国贸商城、北京北投爱琴海购物公园、龙湖商业北京五大天街等商圈,运动萌宠主题公园中国首店、FAO Schwarz亚洲首店、FUDI首家仓储会员店、家家悦超市等多家首店,开展北京首发节商圈专场和品牌新品推介活动,向参与消费者发放商圈和首店礼包。

夜京城“解锁”跨界新玩法

首场夜京城“簋街夜动”活动当日启动,市民可通过“夜行地图”小程序参与报名,同时联动簋街小龙虾商家,一起到线下打卡领取优惠券,现场趣



味游戏互动,丰富夜间生活,

倡导全民夜间户外健康运动。朝阳大悦城、华熙LIVE·五棵松、大兴绿地缤纷城等商圈夜间主题活动“逛吃”不停,焕新消费新场景。

6月3日,“北京消费季·国潮餐企星厨秀”在和苑博物馆正式启动,7大餐饮品牌、12位星厨献艺40多道非遗特色美食,彰显中华饮食和美美与共风采。3000余家品牌品质餐厅及美团、大众点评等平台共同参与“北京消费季国潮餐企”优惠促销系列活动。

端午节前夕,餐饮企业还将拿出独门绝活儿,以端午美食为端口,掀起6月份寻味京城品鉴热潮。

另外,6月份各区域特色活动也精彩纷呈。西城区将举办“西单时尚节”,朝阳区举办三里屯太古里夏日市集活动,海淀区举办中关村西区商圈“夏日芬芳节”,丰台区举办“南夜市集之啤酒广场”。

郊区也有各种休闲活动,如门头沟区“徒步月月走”徒步活动、通州区“第二届东郎音乐啤酒嘉年华”、顺义区“第六届樱桃采摘旅游文化节”、昌平区龙德广场“星空音乐市集”等。

“咖啡奶奶”
的手作咖啡

□ 李瑶

初夏,内务部街胡同,绿意满巷。推开27号院的大门,四合院里,高大杨树洒下绿荫,馥郁的咖啡香扑面而来。西厢房里,“杨阿姨的咖啡”,正顾客盈门。

高脚凳、长条岛台,还有鲜花、咖啡,西厢房别有味道。岛台后,70岁的杨凤英正忙着冲制咖啡。她穿着红色中式旗袍、脖子上系着一条粉色丝巾,微卷的头发高高盘起,一个复古碎花的发带点缀其上。

杨凤英穿着优雅,一招一式也是不疾不徐,只是冲调咖啡的装备有些特别。“杨阿姨的咖啡”用的不是咖啡机、研磨机、过滤网,而是很家常甚至有些老旧的东西:一台上世纪九十年代的榨汁机、一块纱布、一个暖瓶。杨凤英用榨汁机把咖啡豆榨成粉末,装入漏斗、蒙上纱布,再用暖瓶倒入热水……几分钟后,一杯热腾腾的咖啡便成了。这种“不走寻常路”的手作咖啡吸引了不少人,杨凤英与她的咖啡迅速在胡同里走红。

内务部街27号院被居民们亲切地称为“27院儿”。2016年,经疏解整治、腾笼换鸟,转型为东城区朝阳门街道的社区文化生活馆,朝阳门街道委托由海归组成的一个艺术创意团队运营,带领居民共建共治共享,为胡同提供全新的公共文化服务。

“‘杨阿姨的咖啡’正是我们走访胡同居民、挖掘出来的品牌。”27院儿运营负责人牛瑞雪说。经过调查走访,海归们发现,很多老人有清晨喝一杯速溶咖啡的习惯,“我们年轻时,咖啡正从国外舶来,喝杯咖啡,就能想起以前的时光。”杨凤英说,自己爱喝咖啡,也爱琢磨,没想到自己的“土法”手作,引起了艺术家们的注意。

“我们从爷爷奶奶那发现,咖啡其实不光是精英的、现代的,它更是平民的、不分年龄的。”牛瑞雪说,所以,团队专门开设“杨阿姨的咖啡”,并请她来做“主理人”,为27院儿的客人冲调“独家味道”。“杨阿姨的咖啡”不以盈利为目的,杨凤英做咖啡的时间也并不固定,而是单纯为人们展示胡同老人的生活风貌,引导更多人了解、走近老人。

2019年,“杨阿姨的咖啡”开张,一路走红,远近居民都想来品一品味道,甚至周边专业的咖啡师也上门交流,两人还在线直播比拼手作技艺,网友纷纷点赞,大家还送给杨凤英一个称号——“咖啡奶奶”。

“我们期望,通过‘杨阿姨的咖啡’,培养更多居民‘主理人’。”牛瑞雪说。“主理人”的概念来自潮流圈,指潮流品牌的主脑领航者们,牛瑞雪和团队希望,通过培养孵化,激发胡同居民的主人翁精神,推动他们从公共文化的享受者成为公共文化的参与者、引领者,引领自己所在生活空间的潮流,从而逐步实现新老文化、新老居民的共生共融,让胡同焕发生机。

妈祖故乡创品牌 莆田美食从北京走向全国

本报讯 北京·莆田美食周(以下简称“美食周”)活动于5月29日在北京莆田中心正式启动。作为莆田美食“走出去”的首场活动,此次美食周由莆田市政府指导,莆田市教育局和莆田市驻京人民政府联络处联合主办,莆田市广播电视台承办,莆田振兴乡村集团、北京莆田企业商会、北京莆田中心、新加坡莆田餐厅共同协办。

首场“美食周”活动设北京莆田中心主会场,以及在京多家莆田餐厅,美食周活动从5月29日-6月4日为期7天。5月29日启动仪式当天共设有5大活动主题,5月29日-6月4日期间同期举行6场莆田美食达人探店在京莆田餐厅活动,打造莆田餐饮文化品牌,提升莆田美食影响力和知名度。

“北京·莆田美食周”主要呈现六大亮点:

首场莆田美食周盛大启幕。在莆田美食周启动仪式上,有在京优秀企业家和乡贤代表,莆田当地的美食达人、莆籍

乡亲、北京游客等人参加,现场人气爆棚。美食周活动进一步传播了莆仙美食文化,也将妈祖故乡的美食、旅游等产业推向新高度。

莆田美食十大招牌菜体验。在启动仪式举行同时,莆田美食十大招牌菜体验活动在北京莆田中心三楼户外区举行。现场,莆田美食招牌菜吸引了众多嘉宾朋友现场品尝体验,莆田美食达人、匠人通过直播平台推介莆田美食招牌菜,让莆田美食香飘北京。

莆田美食匠人技艺展示。活动专程邀请了莆田十大美食匠人代表现场表演打燕皮、磨章鱼等美食传统制作技艺;同时甄选了鲍鱼、海蛰等莆田应季海产食材进行现场展示。让观众切身感受莆田美食好味道核心在于坚持,坚持好食材品质,坚持技艺的纯粹。

莆田特色食材展示。位于北京莆田中心一楼特设莆田特色食材展示区,精选了雪津啤酒、国圣酱菜、蛤老大、闽盐等莆田品牌产品以及桂圆干系列、匠人

产品等兴化特产供现场观众选购,将莆田味道带回家。

莆田美食品鉴会。“北京·莆田美食周”午宴品鉴会上将莆田美食名菜至民间,佳肴源山海的城市美食文化做了淋漓精致的呈现。品鉴会现场由莆菜大师现场介绍、讲述菜肴故事,让更多人认识正宗的莆田菜,了解莆田特色文化。让更多人因一道莆田菜,记住一座兴化古城。

莆田美食达人探店在京莆田餐厅。美食周活动期间,莆田美食达人还将探店多家在京的莆田餐饮名店,推荐“藏”在北京的正宗莆田美食。

“北京·莆田美食周活动”在京启动,也拉开了莆田美食“走出去”创品牌的序幕。全力推动莆田餐饮文化的发展,继续当好莆田城市自信,莆田美食文化自信的传承者和布道者,把莆田餐饮文化品牌打造成莆田城市名片,带动闽菜繁荣发展。

(海峡网)