

消费资讯

12月27日,中国食用油知名品牌鲁花集团在总部召开“诚信做好油,公布配方比”新品发布仪式,正式推出四款全新产品,并对外公布了调和油新产品配方比例。同时借本次发布仪式召开契机,鲁花做出郑重承诺:今后品牌旗下所有调和油产品也将全面对外公开配方比例。作为食用油行业巨头,鲁花公开旗下调和油配方比例,不但有利于消费者知情权改善,而且将影响到中国数亿食用油消费者消费习惯的改变。

鲁花全面公布调和油产品配方比例

此次,鲁花全新推出的新产品包括菜籽食用调和油、大豆食用调和油、玉米食用调和油三款调和油产品及一款“炒菜香”酱油产品。三款鲁花调和油新产品配方比例等信息,均将在新产品外包装上进行显著标识。今后,消费者在选购鲁花新一代调和油产品时,均能在产品外包装正面看到“公布配方”标志,同时在产品外包装侧面,可以清楚看到产品所含油种及各油种所占比例,明明白白选购产品。

调和油一直以来都占据着中国食用油市场较大份额,消费人群数量庞大,但当消费者面对市场上琳琅满目的调和油时,对其所含油种及配方比例却知道甚少。近几年,随着消费者对调和油品质的关注,尤其是对调和油所含油种及配方比例公开的呼声越来越高。此次,鲁花正是为了满足消费者的这一需求,才适时全面公开旗下调和油产品的配方比例,而这一举措也使得消费者在选购鲁花调和油产品时,能够做到明明白白,放心消费。

据了解,鲁花此次全面公布配方比例的三款调和油新产品,在12

月底,就能与广大消费者见面。届时,消费者可在全国各大超市看“方”买油。

行业资深人士认为,作为中国食用油知名品牌,鲁花此举将为消费者在选购调和油时,提供更多参考和依据,同时将促进老百姓选购食用油的观念向“本质”回归。

鲁花总裁孙东伟还表示:作为食用油放心企业,最大职责就是让消费者能够吃到安心的食用油,同时尊重消费者知情权。事实上也正是因为消费者的关心和支持,才能推动整个食用油行业不断向前发展。

一直以来,鲁花从科技攻关独创国际领先的“鲁花5S纯物理压榨工艺”荣获国家科技进步奖的荣誉,到提出“少吃油、吃好油”的健康用油理念,鲁花一直践行着把消费者利益放在首位的承诺。

如今,鲁花公开调和油产品配方比例的举措,不仅是企业诚信经营的有力背书,更是鲁花对消费者知情权尊重的体现;从长远来看,此举对于培养消费者形成正确的调和油消费习惯也具有积极作用。

张艺鑫

黄河稻夫再出新品“妈妈咪呀”、“米俚”亮相

近日,由万创集团联合跨界工场举办黄河稻夫新产品发布暨《一步之遥》观影会,标志着黄河稻夫大米产品全新升级、新的营销平台全面拓展,也标志着万创集团入驻跨界工场进军电商。发布会上,万创集团董事长赵诣作了题为《我与你,一步之遥——互联网思维也是另一种O2O》的主题演讲。他说,万创集团的六大板块中,房地产、金融投资、养老健康都已经开始应用互联网思维,并取得良好的进展和效果,而有机农业——黄河稻夫也会

正式步入O2O模式。在这样的前提下,万创集团的千亿布局真正编织了一个多产业的、庞大的O2O计划。此次发布会,还发布了两款极致大米产品——“妈妈咪呀”和“米俚”。前者是专家科研团研制的营养粥米,高营养,高价值,母婴首选;后者是新都市米类品牌,更青春,更便捷。 王一品



喜鹊偷家东明路店举行《舞动青春》发布会

近日,郑州喜鹊偷家酒店与北京彩路时代影视文化有限公司、郑州今典文化传播有限公司合作,计划于2015年在郑州拍摄一部青春、励志、爱情,以街舞为元素的电影《舞动青春》,届时将请知名导演拍摄,更有

明星演员倾情演绎,将时尚、具有都市文化气息的郑州,展示给全国人民!届时,该电影将在全国各大电影院上映。喜鹊偷家酒店作为郑州本地最佳艺术酒店,温馨、雅致、浪漫、时尚的居住环境使其作为电影的主要拍摄基地,通过该电影将喜鹊偷家这个品牌展示给全国大众。超五星的房间配置,对客户的无微不至,使客户体验到的远比想象的多,喜鹊以诚,始终不渝,酒店的负责人称他们希望喜鹊偷家酒店能给客户家一样的感觉。

王一品

特奢汇入住河南

12月28日,特奢汇在郑州永和铂爵国际酒店,首次发布公益慈善推广计划及助推小微企业、本土品牌借助互联网腾飞战略规划。“特奢汇”手机APP于2014年5月28日正式上线运营,公司采用会员制度并与公益慈善挂钩。特奢汇公司每产生一位会员及会员任何一笔消费,“特奢汇”即向郑卫宁慈善基金会捐款1元,特奢汇平台的这项公益合作模式,被残友

集团创办人郑卫宁命名为“回忆爱心计划”。据悉,特奢汇由深圳回忆科技有限公司创办,是一家创新的最高价值的O2O积分换购平台。会员可以在省钱、省时、省心的同时买到名优正品。特奢汇商城所有商品皆由第三方(太平洋保险)提供正品保证。 王一品

红配绿就是这么任性

麦当劳全新“蜜豆绿精灵”甜筒,引爆全民撞色秀

够新奇!够出位!红配绿!就是这么任性!近日,麦当劳推出全新产品“蜜豆绿精灵”甜筒,一款红豆口味的绿色甜筒冰淇淋。新的一年,麦当劳跨界时尚红绿甜筒首发引爆全民撞色秀,您一定要来尝鲜哦。 郑州晚报记者 王一品



来自跨界时尚的灵感

“蜜豆绿精灵”,是麦当劳继2014年大获成功的抹茶甜筒和樱花甜筒后,新晋推出的另一款全新风味冰淇淋产品,为日益敏锐的中国时尚消费者提供更多选择。

这款产品主要来自跨界时尚的灵感,让红豆口味冰淇淋与绿色圆筒相结合,以新奇出位的撞色效果呈现出浓郁的圣诞

新年氛围和与众不同的时尚气质。

“红豆是中国消费者钟爱的甜品,有着浓浓的节日气息,而且寓意着相思之情。我们希望为新年增添新奇的成分且不失情感表达,所以把分享红豆冰淇淋变成了一件有趣而时髦的事情,而绿色圆筒更是为这个组合带来了更多灵气。”麦当劳中国首席市场官须聪女士如是说。

让撞色变成潮流生活的一部分

部分麦当劳的“粉丝级”消费者可能还记得,2014年年初,麦当劳曾先后推出两款甜筒新品“抹茶甜筒”和“樱花甜筒”,并大获成功。“蜜豆绿精灵”则是麦当劳在此之后推出的另一款全新风味冰淇淋产品,以向日益敏锐的中国时尚消费者提供新的选择。

红色和绿色,一贯是新年的主题颜色。红豆冰淇淋的颜色更是与权威色彩机构Pantone发布的2015年年度色彩Marsala酒红色不谋而合。麦当劳始终关注着最前沿的时尚趋势和消费者最新的需求。市场研究发现,越来越多的中国消费者愿意用新奇出位的撞色来装扮自己。那么,您想不想玩转色彩搭配,让撞色变成自己潮流生活的一部分呢?赶快来麦当劳甜品站试试“蜜豆绿精灵”吧,也许“红配绿”将会是这个冬天最具标志性的撞色秀哦。

Show Time 全民玩撞色

据了解,2015年1月1日起,全国所有城市的麦当劳甜品站将全部开售“蜜豆绿精灵”甜筒冰淇淋。与此同时,“蜜豆绿精灵”亦将成为天猫品牌街本季红绿推荐的主打产品。而且,麦当劳将与天猫合作,推荐一系列与红绿撞色相关的时尚单品,并开设红绿撞色的晒图区,让消费者将自己精心搭配的红绿风格分享在社交网络上,全方位引爆全民撞色秀。

若要问2015年新年伊始,最时尚的撞色潮流单品是什么,那当然非“蜜豆绿精灵”莫属。

河南的小伙伴们,从2015年1



月1日开始,“蜜豆绿精灵”将在全省麦当劳甜品站一起上市。还有各种红绿撞色秀期待您来参与。1月1日至3日活动期间,如果您身着红绿撞色的衣服或装饰前往麦当劳各店内和“蜜豆绿精灵”甜筒的手举牌合影并发送至您的朋友圈,即可免费获得这款“撞色甜筒”,如果您的衣服没有撞色也没关系,活动期间,麦当劳给大家准备了好玩的互动游戏,只要您在指定时间内在店内找到可以和自己撞色的小伙伴“速配”一样可免费获得我们这款热卖新品“蜜豆绿精灵”,更多惊喜,尽在麦当劳!