

地产早熟葡萄可以“尝鲜”啦

眼下,伴随着气温的节节攀升,无锡也进入了一年中最甜蜜的季节。为期三个月的葡萄采摘期已经拉开序幕,锡城各处的葡萄园里,夏黑、醉金香等早熟品种率先登场,用甜蜜的滋味宣告丰收的到来。

走进位于锡山区东北塘街道的安能果园,新农人许志华穿梭在藤蔓间,指着挂满枝头的串串葡萄笑着说:“这5亩夏黑是7月初成熟的,能一直采到7月底。今年天气给力,雨水少、气温高,果粒饱满,糖分含量也高,糖度能达到16—18。”为了这份惊艳的口感,果园在细节处下足了功夫。“我们主打精品化种植、精细化管理,每一串都要人工修果,控制在30粒左右,这样才能保证果形端正饱满。”许志华指着修剪得整整齐齐的葡萄串解释道。值得一提的是,这里的大棚采用全智能化,在手机上点开App,棚内的温湿度、给水给肥情况一目了然,精准控制生长环境,让葡萄在最适宜的条件下生长。

夏黑种植面积虽不大,但人气可不低。三个大棚各有分工,一个供客人采摘,另外两个则成了“尝鲜驿站”,周边村民常来这儿回味传统葡萄的香甜。上市仅一周,已经迎



50多拨采摘客,售出了200多箱夏黑葡萄。

夏黑的甜蜜还没尝尽,果园的“王牌选手”妮娜女皇已在枝头蓄势待发。“去年糖度超20,今年估计更甜!”许志华信心满满道,这个品种种植了5年,经历了层层筛选才留下来的,其种植规模也不断扩大。此外,果园还辟出了5亩试验田,每年都会根据市场情况试验3到4个新品种,同时引进国外优质苗种,学习先进经验,保持果园活力。

“我们不在乎上市时间,靠品质

取胜,都是回头客。”许志华说,今年的妮娜女皇品质、品相都很好,果园将采取分级销售,特级果精品礼盒3串180元,普通箱装5斤100元,目前预售订单已超过200单。“为了保证新鲜度和最佳口感,我们都是挑树熟的现采现发。去年妮娜女皇销售量超1万箱,今年有信心超过去年。”许志华笃定道。

通过更新设施,改进栽培模式等方式,以及精心、科学的管理,不少葡萄园规避了天气的不利因素,还将上市期提前,拉长了整个销售周期。当

别处的夏黑刚刚上市,山水城裕新社区双虹勤园的促成大棚里,夏黑、醉金香、金手指已销售了三周多。“普通避雨大棚里的夏黑才刚上市,促成大棚里的晚熟品种阳光玫瑰前两天都开采了。自6月18日开采以来,每天销售额在3000元左右。”果园负责人蒋阿兴表示,今年的葡萄品质好,商品率达80%以上。

据了解,裕新社区葡萄种植面积300余亩,年产各类精品葡萄超450吨。今年以来,社区在葡萄品牌打造上持续发力。“我们正在挖掘葡萄农故事,打造葡萄广场、百米葡萄路等品牌地标,共创‘裕新葡萄’品牌。7月底、8月计划组织葡萄采摘节、纳凉集市等活动,融入民俗文创,打造‘吃游购’一体化体验。”裕新社区工作站站长许元浩说,社区正在探索葡萄采摘、观光及深加工等三产融合发展,串起葡萄产业链,助农增收。

据了解,由于今年前期气温高,早晚温差小,葡萄成熟时间或略有延迟。预计7月20日左右,地产葡萄将批量上市,届时地产水果市场将成为葡萄的天下,吃货们可以一饱口福啦。

(晚报记者 潘凡/文、摄)

“基础款”3元一杯,今年价格上涨销售依旧火热 夏日冰杯“带货”能力出众

天气高烧不退,各类降温消暑产品销量节节攀升。记者注意到,去年曾火爆一时的冰杯在今年卷土重来,并且玩出了更多花样。记者对此进行了采访。

观察:
高温天冰杯销量大涨

便利店是冰杯的重要销售基地,记者在地铁沿线和市中心走访了多家便利店,几乎每家店内都有冰杯销售,并且占据了冰柜的C位。

“没具体统计过,一天卖四五十杯总是有的。”在三阳广场站的一家便利店内,冰柜显眼位置摆放着不少装着冰块的塑料杯。一个160克的冰杯价格在3元,如果买两个则是5元。此外,还有部分装着柠檬片的冰杯则没有优惠。工作人员告诉记者,一般午后是冰杯销售的高峰期。

在另一家便利店内,除了常规的冰杯外,还有不同口味的冰杯,“倒一杯矿泉水或者苏打水就是一杯自制饮料”。店员介绍,目前店内的各类冰杯每天的销量在两位数,并且顾客可以在外卖平台上点单后到店自取,价格上会便宜不少。

在商超内,冰杯同样是冷饮区的主角之一。记者注意到,冰杯市场正朝多元化、场景化方向演进。除了“基础款”的方形冰块,还有食用冰球,甚至是小熊造型等创意形态。多家品牌还推出风味冰杯,如咖啡冰杯、水果味冰杯,更有店家推出了印有MBTI人格标签的冰杯包装,精准对接



年轻人表达自我的需求。

据介绍,今年冰杯的价格相比去年有所上涨,不过商家也同时推出不少优惠活动,比如搭售其他饮料每杯仅需1元。而如果在外卖平台购买,还能参与平台的优惠,记者在美团上看到,一家便利店内售价3.5元的食用冰杯“上架以来销量300+,近7天有37人购买”。线上下单后能参与满减,单杯冰杯的价格只有几角,最低的甚至只有1分钱。

商家:
冰杯“带货”能力超群

冰杯销售火热,也引发了人们对其价格的质疑。社交平台上有网友算了一笔账,以一瓶500毫升矿泉水为例,制作成冰杯后售价是原来的5倍。

在河埭口地铁站内,两名小伙买了两个冰杯和一瓶可乐,当场就将可乐倒入杯中一饮而尽。据介绍,他们正好在打球回来的路上,忍不住喝上一杯:“跟家里比肯定贵不少,但我也不会带着冰块出门,冰杯就方便多了。”

而店家更看重的则是冰杯的“带货”能力。一家便利店的负责人表示,冰杯的利润其实很低,特别是加上各种促销优惠后,有时甚至会亏本,但是买冰杯的顾客一般都会搭售一些其他饮品,搭售效果明显。店家举例说,例如奈雪销量很高的霸气橙子,通过橙汁、茉莉茶以及苏打水就能还原出接近的味道:“对我们来说,本来顾客进来只是买瓶水,现在在一个冰杯搭售出了3瓶饮料。”

在经开区的一家全家便利店,店员观察到新趋势:除了搭配普通饮料,越来越多人将酒水和冰杯一起买回去自制鸡尾酒。货架上,各类小瓶装酒水被精心摆放在冰杯旁边。由冰杯带来的流量,是众多便利店对其热衷的重要因素。

当然,冰杯也不全是价格“刺客”。市民小张就开发出了省钱方法:冰杯里倒上冷萃咖啡液,再冲入矿泉水,就是一杯自制的美式咖啡,将水换成牛奶,就是拿铁,“价格比买咖啡便宜五六块”。(甄泽/文、摄)

法律援助工作站 守护“城市美容师”

“吴律师,我在打扫卫生的时候不慎伤到了左手,但是公司不承认是工伤,希望你能帮帮我。”近日,滨湖区环卫工人张阿姨一大早便来到环卫工之家法律援助工作站,向值班律师咨询工伤问题。

值班律师在仔细询问、了解情况后,立即向区法律援助中心汇报情况,并协助其申请法律援助。其后,承办律师多次与张阿姨所在的环卫保洁公司沟通对接,最终促成了双方就医疗费、误工费等各项费用达成补偿协议。

2023年,为切实维护环卫工人合法权益,滨湖区法律援助中心依托蠡园街道工会驿站,设立环卫工之家法律援助工作站,以之为中心,联合街道内8个社区法律援助联络点,形成了“1+8”法律援助特色集群,组建了“街道法律顾问库”,由法律顾问定点值班,提供法律咨询、法律援助指引和纠纷调解等服务。

目前,环卫工之家法律援助工作站在醒目位置公示法律援助申请条件、援助流程等信息,配备法律援助申请表、便民服务联系卡等资料,方便环卫工人快速获取法律援助,并建立调解衔接机制,实行“调解先行+法律援助兜底”工作模式,开通人民调解、法律援助绿色通道,力求快速、高效为环卫工人解决难题。

此外,工作站还通过“个案普法+普惠普法”相结合的模式,为环卫企业和工人开展以案普法,并利用时间节点开展法律援助法、劳动法、工伤保险条例等专题法律法规宣传。协调网格员、站点值班律师等入户、入企开展风险隐患排查,发现涉环卫工人的矛盾纠纷苗头,会第一时间介入处置,努力确保风险隐患发现在萌芽、处置于未然。

(王佳)