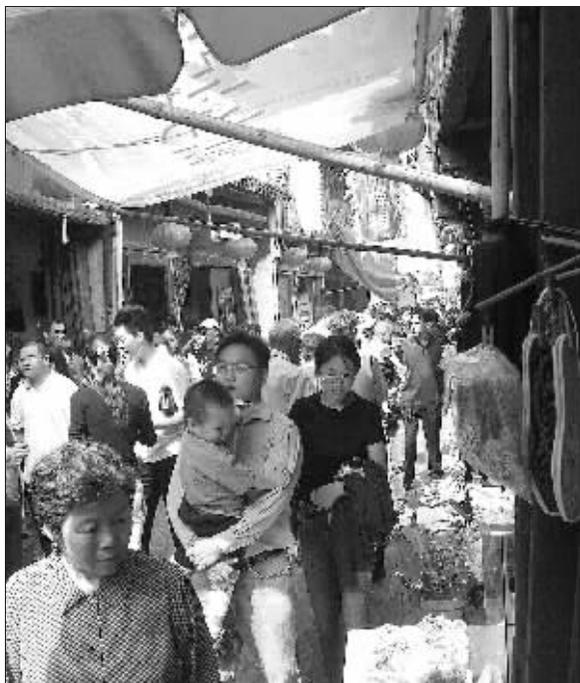


红烧肉等功夫菜悄悄淡出,螃蟹、鲑鱼、鲈鱼、基围虾等海鲜成了家常菜

南京餐饮消费7天吃掉近4个亿



22万游客高淳品蟹香,固城湖螃蟹节带来1500万元旅游收入 快报记者 夏天 摄

长假7天,南京2万多家餐饮企业的销售额逼近4亿元,再度刷新了历史纪录。“十一”黄金周期间走亲访友的市民在不经意中发现,以往的红烧肉等功夫菜正悄悄地淡出餐桌,取而代之的是螃蟹、鲑鱼、鲈鱼等特种水产,另外像以前只能在高档餐馆才能“点杀”的基围虾等海鲜也已经成了不少居民家庭餐桌上的家常菜。居民家庭菜谱及整体饮食结构的变化,带来市场供应量的迅速增加,价格也是平稳上升。

【酒店火爆】

家宴、婚宴成了“主角”

“民以食为天”,“十一”长假在满足了人们欣赏美景、休闲购物愿望的同时,也让人们大饱“口腹之欲”,婚宴和中秋家宴的全面走红,让南京餐饮业的黄金周着实“火”了一把。长假7天,南京2万多家餐饮企业的销售额逼近4亿元,再度刷新了历史纪录。

据南京市商贸局对20家餐饮企业的调查显示,国庆期间零售额同比增长了25%,这样的增幅也代表了全市2万多家餐饮企业黄金周期间的“战绩”。按此增幅,并结合去年“十一”南京餐饮3亿元的零售额粗略估算,今年“十一”黄金周的零售额将在3.75亿元左右。

“十一”黄金周,火了景点周边的饭店、餐厅,也火了一些中高档酒店和风味名店。同时,今年黄金周餐饮的地区差异性也颇为明显。

江苏省餐饮行业协会的监测显示,夫子庙等景区重点餐饮场所7天的销售额比平时增长了近两倍,而新街口、山西路等大型商场周边地区的餐馆,则增加了一倍左右。除此以外,其他地区的店家增幅并不明显。

长假期间,家宴、婚宴天天不断,成了南京餐饮的“主角”,店家赚钱顾客赚情。

国庆、中秋历来是婚庆的高峰期,受传统风俗影响,今年结婚人数大量增加,有

相关部门估计,南京举办婚礼人数在5000对以上,婚宴占到餐饮消费的五成以上。南京不少宾馆、饭店都接到了大量的家宴、婚宴预订,既消费休闲了一把,又拉近了亲情、友情,使今年“十一”充满了浓浓的亲情味道。

记者从绿柳居、红泥、张生记、狮王府等大中型餐饮场所了解到,包间订餐中,婚宴均占五成以上,新香园总经理马文燕则介绍说,除10月4日外,黄金周期间每天都有4对新人办婚宴。10月6日的中秋家宴更是到了全城爆满,一席难求的境地,火爆程度堪比年夜饭。

快报记者 黄建军

【都在吃啥】

吃鸡鸭鱼虾的越来越多

红烧肉等功夫菜淡出

以前想吃什么必须早作准备,那时的节日餐桌少不了大鱼大肉。其中的肉,不管是红烧猪肉还是红烧牛肉,都挺费功夫的,一锅牛肉至少要炖上两三个小时,一般都要提前一两天做好,待客人到齐了开始干切。一桌菜摆下来,光冷盘就有干切牛肉、香肠、油爆花生米、皮蛋、火腿肠、凉拌黄瓜、熏鱼等等,再加上红烧肉、红烧排骨等,真正的烧菜还没上来,桌上已被摆得满满当当。不过不这样做,节日的餐桌就会显得很冷清,会显得主人不够热情。不少市民接受记者调查采访时说,现在谁还有功夫烧这个,再说烧好了也没人吃。

一位市民说,现在做一桌菜很简单,也很快。超市天天开着,买个半斤河虾,回来放水放盐煮一下就可以了。另外再去买小半只桂花鸭,还有凤爪什么的,再炒两个

蔬菜,一个汤,一家三口可以美美地吃一顿。如果来客人了,再到附近饭店买一大份外卖龙虾,或者上街买几只螃蟹,大约一刻钟就可以端上桌。另一位市民告诉记者,现在好多家庭都喜欢吃鱼吃虾,这些菜肴不仅方便快捷,而且比红烧肉更加美味,有营养,还能减肥。

南京人日啖鸡鸭近10万只

居民家庭菜谱及整体饮食结构的变化,带来市场供应量的迅速增加。南京下关惠民桥水产市场的章茂华科长昨天告诉记者,节日期间水产市场异常火爆。这两天的成交量都在520吨左右,最高时达到了550吨,和去年相比增幅达到了20%—25%。

盐水鸭和烤鸭等作为节日里市民的方便食品,今年以来尤其是节日的消费量也在上升。仅据销量最大的南京桂花鸭相关人士介绍,他们平时的销量大约7000—8000只,而“十一”黄金周期间每

天的销量达到10000只以上。南京最大的两家家禽批发市场南京弟兄家禽贸易中心和南京应天水产有限公司家特禽批发市场相关人士昨天说,他们这几天的成交量分别都在20车上,大约七八万只鸡。

螃蟹、老母鸡价格小涨

南京弟兄家禽贸易中心的翦瑞昨天告诉记者,中秋节前生意特别火爆,价格也是有所上升,其中老母鸡批发价涨到10元/斤—11元/斤,三黄鸡4元/斤—4.1元/斤,青脚鸡4.6元/斤—4.8元/斤。批发价上涨之后,带动了零售价的调整,记者昨天从羊皮巷农贸市场了解到,老母鸡卖到12元/斤,摊主说,这个价格只比节前的11元/斤涨了1元/斤。

另外,价格小有变动的就是螃蟹,现在公母搭配,2两重平均售价20元/斤,2两5的25元/斤,3两的40元/斤,3两5的45元/斤,4两的65元/斤。快报记者 夏天

【淌金流银】

50家店7天销售16.5亿

昨天,南京市商贸局发布“十一”黄金周节后盘点,国庆期间,全市各大景点游客日均达到40—50万人,几大商圈人流如潮,仅新街口商圈日均接待外地顾客30万人以上。南京市50家重点商贸企业7天销售达到16.5亿元,同比增长21%。

首日手机销5万部

在各大商家推出刷卡打折、团购优惠、全场返利等新颖有力的促销措施的推动下,家电、百货市场高潮迭起,时尚化、品牌化、新颖化商品成为市场主流。一是平板电视、笔记本电脑、商务多媒体手机、高像素数码相机、带有刻录功能的摄像机、MP4等新颖时尚的电子、数码产品十分抢手。平板电视出现井喷行情,首次超过传统彩电。手机销售十分火爆,苏宁、五星、国美、世纪新浪等一些商场,首日销售总量约5万部;二是各种高档名牌的穿着类商品、化妆品、黄金珠宝首饰等成为高档消费的流行坐标。三是各种名烟名酒、营养滋补品以及礼品销售会有较大增加,特别是受中秋节庆的影响,人们走亲访友、家人团聚使得这部分消费放大。四是休闲消费继续扩大。各种文化、娱乐、健身、美容、洗浴等活动,成为中高收入阶层的消费方式,与此相关

的购物、餐饮、住宿消费受到带动,如旅游商品与食品饮料、图书及音像制品、运动器材及服饰、户外用品等。

家装、汽车消费活跃

4月份以来,商品房和二手房销售交易渐趋活跃,价格也呈上升态势,节日长假使得装潢建材和家居市场迎来销售旺峰。苏宁、五星等先后推出厨卫节、家装节,红太阳、金盛、石林家乐家、百安居、好美佳等各大装饰城、家居广场、建材超市也纷纷推出打折返利、特卖抽奖等活动,销售平均增长30%。同时,国庆长假让人们有更充裕的时间选购家用汽车。汽车经销商“金九银十”促销活动全面开展,不少汽车经销商打出降价促销、赠送礼品、购车抽奖等活动,赠品和奖品有彩电、数码相机、油券、保险、保养卡、出国旅游等,吸引了大量消费者选看家庭轿车,中高档名牌、时尚新款轿车成为国庆汽车市场的主流。快报记者 杨坤

【什么好卖】

彩电:单价超过6000元好卖

“我们卖出的彩电均价已经超过6000元。”五星、国美负责人异口同声地表示。彩电无疑是这次黄金周最受欢迎的家电产品,苏宁日销售平板更是突破千台大关。

随着城市消费者对大尺寸、大规格的平板购买需求增加,大屏幕的平板彩电销售占到平板销售的70%,说明价格的持续下降使得消费者购买大屏幕平板的门槛逐步降低。

手机:消费呈两极分化趋势

记者从市场上了解到,低端机型与8、9月份相比提升约10%;智能商务手机在全部手机销售中的比重约在30%。国美“十一”期间,价位在2000—2500元左右的三星、索爱等合资品牌手机最受消费者欢迎。假日出游,对于像飞利浦超长待机功能的手机、索爱的影像手机可满足“驴友们”长时间拍照、摄像的需求,“十一”销售也是相当火爆。

数码:中老年购买比例上升

五星电器的销售数据显示,售价在1500元到2000元之间的数码相机成为消费者选购的首选,而在消费群体中,45岁到60岁的中老年消费者开始增加,成为黄金周数码消费的一大亮点。国美负责人也介绍,中老年人购买数码相机也比去年“十一”同比增长20%左右。

厨卫:电磁炉取代微波炉

值得注意的是,黄金周期间小家电消费呈现一种新的趋势:微波炉的整体销量在下滑,电磁炉的销售则比去年同期增长80%左右,价位在299元到399元之间的美的、苏泊尔、九阳、尚风堂、奔腾逐渐普及。快报记者 卞飞 陈刚

【谁偷着乐】

苏宁电器:7天7夜大搏杀进账6个亿

“十一”黄金周终于在一片喧嚣声中落下帷幕,作为7月份行业巨变以来第一次全国性的促销,中国家电连锁业又经历了难忘的7天7夜的大搏杀。苏宁电器销售突破6亿,同比增长超过100%的迅猛势头收官黄金周。

苏宁“十一”前总的采购备货金额达80亿。由于现金预付比例达50%左右,采购货源中的新品比例达40%,而特价机比率也同样高达40%,顺利下拉“十一”期间的价格降幅达到了10%—30%。

快报记者 杨坤

五星电器:南京顾客平均消费1750元

五星电器昨天的统计结果显示,截止到6日晚10时,已经完成了预定的黄金周销售目标。全国的销售总量比去年国庆节有了109%的增幅,五星统计出的全国平均客单价为1232元,比去年高了接近100元。南京顾客平均每件家电消费额度甚至达到了1750元以上。

五星电器表示,家电顾问在黄金周期间发挥了重大作用,平均每个家电顾问在7天中接待的套餐购买顾客达到122人次,平均每个人销售出的商品达到79万元。

快报记者 陈刚

国美电器:平均每秒钟卖出8件家电

“十一”黄金周可抵平常1个月的销量,平均每秒钟就售出8件家电商品,八个品类总体销量是去年同期的218%,再创历史新高。“截至记者昨天下午5点半发稿时,

国美电器南京分部采销中心相关负责人向记者透露了这组喜人的数据。

据介绍,国美在此次“十一”黄金周期间,液晶、等离子平板彩电的销售额已占到总销售额的78%左右,为今年“五一”的两倍,平均销售单价高达6500元。

快报记者 卞飞

永乐电器:平均每三天超1000万元大关

七天国庆长假已经结束,记者从永乐生活电器获悉,此次长假销售再创历史新高,区域内11家门店总销售额高达6410万元,同比增长“十一”上升了120%,也比去年“五一”上扬了50%以上。其中,10月1日当天销售额为2560万元,前3天为4480万元,平均单日销售超过1000万元大关。

据永乐市场部负责人透露,永乐为今年国庆节市场专门组织了56个亿的家电产品资源,永乐在全国范围内的让利幅度高达8000万以上。

快报记者 卞飞

宏图三胞:7天进账8亿超过纪录2.6倍

“今年‘十一’7天销量比往年都好,超过历史同期2.6倍。平均每秒钟就售出1件IT商品。”火热的“十一”黄金周刚过,宏图三胞执行总裁李越告诉记者。

数据统计,7天宏图三胞共计进账8亿元:其中苏皖区域进账4.5亿,上海进账2亿,浙江进账1.5亿。整体同比增长2.6倍,平均一天进账1亿多。对此,李越格外开心。他指出,再度蝉联黄金周IT零售桂冠,得益于自身规模实力的不断提升与不间断的地面战争。

快报记者 杨坤