

左手一只鸡右手一只鸭 这么多土产挑得人眼花

■2.6万市民涌进南京区域农副土特产品展销会
■火爆场面背后暴露农副产品供求渠道不畅

连绵秋雨挡不住南京市民购买土特产的热情。昨天,首届南京区域农副土特产品展销会盛况空前,1000多种优质土特产吸引了2.6万市民风雨兼程赶来,当天营业额高达110万元。市民们一边抢购一边感叹:这样的活动要是每周来一次就好了,要是超市商场里都能买到这样的土特产就好了。市民们的呼声也反映了这样一个现象:城乡农副产品供求渠道存在着严重的阻碍。



整个大市场都被前来采购的市民挤满了

【火爆的现场】

大包小包,市民疯狂采购

展销地点在下关热河南路市农贸中心2000多平方米的果品大卖场内。昨天一大早,家住秦淮区双乐园的李女士就起床了,转了几路公交,花了一个多小时才赶到现场。简短的开幕式后,李女士跟着大伙一拥而入,大包小包地抢购起来。

李女士这次是有备而来,前天她老伴看到了快报登的消息,许多土特产都是他们想吃的,平时又买不到,老伴全用红钢笔在报纸上一圈一圈画出来,让她“按图索骥”购买。记者看到了那张报纸,画圈的有桥林茶干、六合乳鸽、扬州萝卜、黄山歙县云安茶叶等共十来项。李女士拎着沉甸甸的食品袋说:“你看,这是我买的嫩姜、酥糖、茶叶、茶干,嫩

姜很好吃,先尝后买,咸的甜的都有。可惜乳鸽没抢到,人家带得太少,开场不久就卖完了。我得抓紧点,湖北佛手山药是我一直想买的,得赶快去!”

浦口桥林茶干展位前,老远就飘来浓郁的麻油香,现场免费品尝的茶干放在一个个小碟子里,上面浇了一层厚厚的麻油,香气扑鼻。销售经理赵安云说,这次他拖来了臭干、兰花干、五香干等等,没想到这么好卖,老伴全用红钢笔在报纸上一圈一圈画出来,让她“按图索骥”购买。记者看到了那张报纸,画圈的有桥林茶干、六合乳鸽、扬州萝卜、黄山歙县云安茶叶等共十来项。李女士拎着沉甸甸的食品袋说:“你看,这是我买的嫩姜、酥糖、茶叶、茶干,嫩

金陵黑鸡、六合牛脯、高淳山芋粉丝、溧水兔肉等土特产昨天都卖断了货,一名男子背了两大包土特产,手上还抓了两只鸡,边走边说,便宜便宜,价格比超市低多了。

价格便宜,商家仍有赚头

一家卖红枣的摊位,一小时就卖出30多箱,几个老大妈每人拎了几大包,她们悄悄告诉记者,这是有名的阿胶金丝枣,电视上天天做广告,可好吃呢,超市里一袋卖8元,这里只卖5元。摊主曲兴伟也忙得不亦乐乎,尽管比超市便宜,但仍有赚头。他给记者算了笔细账:“在山东乐陵收购价格是每斤3.7元,在当地商场里卖到4.5元就是正常利润了。但到南京超市就不行了,卖到8元一袋。为啥超市这么贵?首先要进场费,还要回扣几个点,还有一年至少4次特价促销,促销时超市利润不减,只是压低进价,卖不掉还要

退货,来回几折腾,我们就赚不到几个钱了。”

盐城醉螺、盐城酥麻花摊前也人头攒动,盐城伍佑食品厂厂长潘桂山说,才来半个小时就卖1000多元了。醉螺是当地特产,当地百姓都爱吃,但一直未能打进南京市场。他也接触过南京的超市,但障碍太多,先是进场费,还有条形码,也就是一个品种醉螺就要2000元;还有5%的扣点作为配送、上下货费用;卖不掉还要退货。“所以在这卖,省了不少费用。醉螺卖16元一瓶,麻花5元一袋,南京人虽感觉便宜,我仍有赚头。”老潘说。

【火爆的背后】

尴尬
农产品想进城好难

今年9月,南京市农林局在白马公园举办农业嘉年华,展销地产优质农副产品,众多产品被一抢而空。此次供销社系统举办的土特产品展销会也火爆异常。为何农产品展销如此受城里人青睐?

记者昨天在如东县无公害糯米展销台看到,10元一袋的糯米,1.5元一袋的玉米粒卖得很好。摊主冯志芳是如东县水稻种植与加工协会会长、高级农艺师,她投资100万元办了个加工厂,将糯米种子提供给当地农民,种出来后再回收加工,但销路一直是个问题,都是托亲友介绍,人家先品尝,觉得不错,再下订单,按订单加工,订多少生产多少。冯志芳说,听说南京的社区群众很爱吃,但就是没有销售渠道。

摊主们在大批钞票时也在诉苦,平时要进大城市销售难啊!费用太高,管的部门太多。浦口桥林青春茶干厂经理赵安云就说,我们是小作坊,三小车运输根本不给进城,大车又没有。茶干虽然好吃,但利润薄,每袋1.3元,卖到2元就赚了,只是没办法进城找地方卖呀。

这次展销会免收摊位费,而且公安、城管、交通、工商、税务等部门保驾护航,一路绿灯。参展客商们渴盼,一是政府部门能经常举办这样的直销活动,为“难卖”的农副土特产提供与消费者面对面的展销平台;二是政府、行业协会多牵线搭桥,打通农产品进城的“肠梗阻”,让城里人经常享受到周边优质土特产的“盛宴”。

症结
进超市仍要凭关系

昨天在现场,记者听到市民最多一句话是超市有没有卖的?而业内人士说,现在的企业要想进超市很难。生鲜这块还好一点,容易进场,而熟食和百货类商品就比较难了,除了品牌太多竞争激烈外,如今你想进超市,如果没有一定的关系,简直是不可能的事。这次参展的一家茶叶生产厂家相关人士告诉记者,只要你走进超市的茶柜,你就会发现,品牌数量很少,往往只有一两家关系好的品牌占据了柜台空间的80%-90%。

相关人士透露,展销会期间,南京市的各大院校、大型企业将进行团购,众多超市也将派出采购团,选择一些特色产品进超市。然而记者昨天打电话给一家超市的负责人,询问一天下来采购了多少土特产品时,这位负责人称他们没有必要去采购。一家参展企业的老总昨天说,你不去求超市,超市绝对不会来求你。

对此,南京大学国际商学院的专家说,现在适合超市销售的商品已经非常丰富,超市对这些商品的选择余地较大。目前南京虽然有不少家超市,但竞争并不充分,基本上是“一家独大”的局面。因此,与丰富的商品资源比较,超市仍是“稀缺资源”。为什么你想买一种品牌家电,到苏宁或国美都有的卖?就是因为家电连锁竞争已经相当充分。专家认为,正是因为这种不对称关系,带来城乡供求关系严重不对称,以及一系列弊端。

快报记者 赵守成 夏天

【特别提醒】

今天继续采购

展销会今天是最后一天。展销地点在下关区热河南路251号南京农贸中心,地处三汊河桥头。市民可乘18路、53路、150路公交车,在农贸中心站下车即可。

本版摄影 快报记者 赵杰 实习生 倪春燕

一首歌 整整唱了二十年 一座城 吸引百万日本人

一首歌,让数以百万计的日本人对中国城市充满感情;一首歌,影响了两代日本青年;一首歌,见证了中日两国之间友好和谐的互助交流。这座城市就是位于太湖之滨的无锡,这首歌就是传唱了20年的《无锡旅情》。昨天恰逢《无锡旅情》传唱20周年,记者获悉了许多鲜为人知的内情。

一次绝对经典的策划

尽管时光一去20年,提起《无锡旅情》,无锡旅游部门仍然得意不已。上世纪80年代,中国对外旅游业正处于起步阶段,地处太湖之滨的无锡尽管风光秀美,但因为“上有天堂,下有苏杭”的招牌,无锡却一直是“天堂边上一块被人遗忘的角落”。如何在国际上打响无锡的知名度,当时无锡旅游主管部门想到了创作歌曲这一途径。由于当时日本是中国对外旅游业的主要客源国家之一,无锡旅游部门便把主攻方向定在了日本,要求创作一首能够在日本流行、传唱的歌曲。

几经周折,终于在1985年日本筑波世界博览会期间,无锡旅游部门找到了日本ABC音乐出版商社长山田广作,请他们帮忙邀请词曲家来无锡实地创作,并要求突出太湖和清名桥,以及如何从日本到达无锡。1986年5月,日本著名诗人中山大三郎来到无锡,一番实地查看后,创作了《无锡旅情》,并配上传统日式曲调风格,歌词描写一个男青年和妻子闹了矛盾,独自出国旅游,浩瀚的太湖使他心胸开阔,积郁顿消,决心回国与恋人和好如初的故事。

一首传唱20年的歌

《无锡旅情》经中国驻日本大使馆认可后,由日本青年歌手尾形大作演唱,迅速传遍了日本大街小巷。从1986年8月到1987年8月,短短一年时间,《无锡旅情》唱片、磁带在日本的发行量达到了100万张。据日本官方统计,这是当时全日本销量最大的歌曲,从东京、大阪到边远的北海道农村,人们都知道《无锡旅情》这首歌。

1993年无锡旅游部门在名古屋进行一次民意测验,收回调查表1134张。结果显示,通过歌曲知道无锡这个城市的占76%,想到无锡旅游的占43%。自1987年到1992年,来无锡的日本游客逐年递增,外汇收入每五年翻一番。直到今天,日本游客仍占无锡海外游客的首位。20年间,来锡旅游的日本游客已累计超过200万人次。截至2006年10月,在无锡投资的日资企业已经达到1081家,累计投资额78亿美元。

继续唱响《无锡旅情》

无锡市旅游部门有关负责人表示,《无锡旅情》唱响的20年,就是无锡与日本友好交往的20年,也是弘扬中日传统友谊的20年。恰逢《无锡旅情》传唱20周年,为此无锡市将分别在无锡和日本举办各类《无锡旅情》唱响20周年纪念和交流互动。无锡市副市长贡培兴说,此次活动将以《无锡旅情》唱响20年为契机,以文化为载体、旅游观光为纽带、经贸合作为目的,进一步宣传无锡城市品牌,扩大无锡在日本的影响,深入拓展无锡与日本在经贸、文化以及旅游等方面的合作新领域。

快报记者 金凝 陈超

【经典回顾】

《无锡旅情》

词曲:中山大三郎

在那陌生的异国他乡 / 想起了你啊忍不住落泪 / 请忘掉我吧 / 去追求幸福 / 我已经迈上了中国的旅程

从上海过苏州 / 坐上火车 / 驰向太湖畔 / 水乡无锡 / 小船悠悠行 / 来到运河边 / 愚蠢的分别真让我后悔 / 那样的爱恋 / 那样的热烈 / 我赌上生命才换来的爱 / 你流泪的侧影 / 依稀闪现 / 古老的城市啊 / 就在眼前

古老的帆船 / 行驶在太湖上 / 远处的小岛 / 就是那三山 / 从那鹿顶山上 / 遥看太湖景 / 我心中感到无限宽广

对不起 / 再一次 / 从新开始 / 这一回啊 / 再不离开你

去玄武湖看顶级名壶



“曼生提梁壶”最吸引人的眼球 快报记者 赵杰 摄

□快报讯(通讯员 王鹤 记者 孙兰兰)200多件紫砂名壶昨天来到南京。即日起,玄武湖推出方圆之韵紫砂艺术展,该展览将一直持续到11月28日,所有市民都可免费参观陶艺大师们的杰作。

据悉,本次展览展出的200多件紫砂作品均出自名家之手,其中有中国工艺美术大师吕尧臣、高海庚、徐秀棠,中国陶瓷艺术大师何道洪、周桂珍等。最吸引人的是一把曼生提梁壶:色泽黄而不娇,造型淳朴简洁,壶身上

刻有童子放牛图。据了解,曼生壶为清代名士陈曼生研制出的经典紫砂壶型,也是最典型的文人壶。记者在现场看到的是一把由周桂珍、徐秀棠、高海庚3位紫砂壶制作名家,与国画大师范曾共同合作的精品曼生壶,体现了“诗、书、画、印、艺”的完美结合,充分达到了切茗、切壶、切情境界。

记者了解到,由于制作者之一高海庚已于1985年12月12日病故,此壶已成绝版,因而价值之高也难以估量。



三黄鸡跟我回家吧!



好小的南瓜啊,买回去尝尝



盐水鹅要不要来点