眼看着进入除夕倒计时,年夜饭该怎么吃?各家各户动起脑筋。有的家里老人早就忙碌开了,可也有人不想动手,选择在酒店订餐解决。有没有更偷懒的办法?既不用除夕夜跑去酒店挨“挤”,又不用自己在家折腾?确实有。只要在网上下个订单,一桌丰盛的年夜饭就会送到家里,简单加热就能开吃了。 □快报记者 沈晓伟

丰盛的年夜饭 资料图片

网购半成品年夜饭?最好就买本地的

[赶潮流]

网购年夜饭,方便又实惠

网购年夜饭花样多

“想让家里的老人不烦吗?想在家尝到酒店大厨的口味吗?”一打开电脑,市民小薛就被这诱人的半成品年夜饭广告词吸引了。这回过年,小薛的父母从老家来南京跟儿子团聚,想到老人人生地不熟,买菜做年夜饭很不方便,可上酒店预订又被告知客满。情急之下,他到网上转了一圈,居然发现不少网络卖家在出售半成品年夜饭,他最终选定了一款江南风味套餐。

跟酒店相比,这网上叫卖的各种年夜饭花色繁多,从鲍鱼海参到家常小菜,从口感浓郁的北方口味,到精致清淡的南方佳肴,应有尽有。而价格则从3888元海鲜套餐到140元家常菜肴不等。卖家纷纷表示,这些年夜饭是酒店大厨操刀配置的,价格比酒店实惠得多。

南京也有饭店“赶时髦”

记者注意到,网上热销的半成品年夜饭主要有两大类型:一种是各家知名饭店推出的半成品年夜饭提货券,这个限制了地点,主要针对上海、北京等地的顾客,到所在地的饭店分店提货;一种是食品加工厂出售的真空包装半成品,这个不受地域限制,全国各地都可以购买。不过也有卖家同时申明,由于长途邮寄有可能会影响食品质量,因此最好是邻近城市的顾客购买。

记者发现,目前南京推出网购年夜饭的只有向阳渔港一家,从其官网上就能进行预订。其他如绿柳居、马祥兴、狮王府等老字号也均有半成品或者全熟的年夜饭“外卖”,只要拨打电话就能购买。

最畅销半成品年夜饭“菜单”里有加工说明

这么多不同花样,哪家卖得最好?记者发现苏州一家食品公司推出的年夜饭套餐卖得非常红火。根据销售记录显示,最近1个月内就卖出了200份左右。打开菜单一看,有20道菜足够五六人吃,价格为298元,堪称实惠到家。套餐还附有一份详细加工说明,是下锅炒还是放水炖说得一清二楚。因为是真空包装,保鲜期有15天。卖家表示,除苏州当地外,来自南京北京的订单也不少,“发货到南京隔天就到。”

不过,这么多菜经得起长途颠簸吗?店主告诉记者,包装非常仔细,除了每道菜用高档饭盒真空包装外,还各自外加防水袋,最后全部放到一个坚实的瓦楞纸箱里,“就算摔了也不怕。”

[调查]

饭店前一天晚上通宵做好

一年中堪称最重要的一顿饭,要是吃到了变味的,谁都不乐意。记者通过南京的老字号了解到,除了需要长途运输的真空包装年夜饭,如果是在本地的饭店提货,为了保证新鲜,这种半成品菜肴一般提前一天才开始烧。绿柳居负责人介绍,今年共准备了1000份“外卖”年夜饭,定在2月1日、2日取货,“1日的货是我们1月31日晚上开始烧制的,2日的是1日晚上烧的,确保新鲜。要是动作快,直接到家就能热乎开吃。”

另外,还有一些准备工作需提前就位。负责人说,一些腌熏食物,比如熏鱼早早就腌制备好了,另外干货也会根据时间提前“发”。其中最早开始动工的菜是三鲜鱼肚,为啥?这干鱼肚要发制上3天左右,才能达到足够松软鲜嫩的口感,“要是时间不够,鱼肚吃起来就偏干偏硬。”再过两天,这第一道工序就开始启动。

当天为了挤出时间烧菜,绿柳居的大厨和工作人员要等到晚上9点后,来吃饭的客人们走光了,才开始筹备外卖年夜饭,一般要从晚上忙到凌晨,整夜都不能休息。

[预测]

网购年夜饭会越来越火

“现在网购年夜饭,上海已经做得比较成熟了,南京也在起步,这是未来的发展趋势。”南京市餐饮商会会长宋佳玲认为,现在随着人们生活节奏加快,到酒店吃年夜饭的人越来越多。但酒店的席位毕竟有限,这时网购半成品年夜饭就成为合适的选择。

她认为,随着眼下的发展趋势,将来网购半成品年夜饭的人会越来越多。不过她同时指出,与上海相比,南京目前缺乏大规模的配送中心和物流保障,还需要进一步的发展空间。

[关注]

网购的年夜饭能否放心吃

饭店:没问题,只是从堂吃变成外卖

观察了多家网店后记者发现,这些店并没有在网上贴出菜肴制作方的食品卫生许可证明。对此,店主有的表示自己经营的是经过注册的正规品牌产品,自己是经销商,没有相关文件;有人表示自己经营的菜肴来自当地的知名酒店,可以放心购买。开通网购年夜饭的饭店工作人员也表示,所有菜肴都是酒店加工的,而店里都有卫生许可证,菜肴的质量可以保证,只是从堂吃变成了外卖而已。

不过,也有市民担心网购年夜饭的质量,“本地知名的大酒店相对放心一些,如果是外地的年夜饭快递过来的,还是觉得不靠谱。”市民谢女士说,现在食品安全本来就有不少问题,网上看不到对方生产加工过程,还不如自己忙乎的年夜饭放心。

网购的年夜饭缺年味?

还有人觉得,过年吃现成的菜肴,会没了年味。市民孙女士就觉得,每年春节前,全家人为了除夕大餐忙碌的过程,其实就是感受年味的最好时刻,“你剁肉来我洗鱼”。提前几天前,厨房就开始飘出各种食物的香味儿。等到除夕晚上,大家品尝着自己亲手做的美味菜肴,非常开心。对此,也有人提出反对意见,亲手做当然好,可那些不会做菜的人怎么办?

[提醒]

网上慎买外地年夜饭

对此,南京市工商局工作人员表示,网上购买的年夜饭如果是来自外地,对于食品安全难以监管,而且只是在特定的时间段销售。如果需要维权,会有一定困难。市民如果在网上订年夜饭,最好选择本地的正规网店或者饭店,同时注意制作菜肴的机构是否具有餐饮服务的资质。同时记得索取发票,为维权留下证据。

试试网购? 资料图片

[链接]

半成品年夜饭之最

最适合懒人的年夜饭

拎回家就吃

把“懒人”精神发挥到极致的还要数绿柳居的半成品年夜饭,“锅盖都不用揭,直接微波炉加热就能吃了。”绿柳居今年菜式包括6道冷菜,6道热菜还有两道点心。这些全是熟的,只要放进微波炉加热就行了。

最洋派的年夜饭

全套西餐

吃腻了老一套,想换换口味?行哎。喜欢吃西餐的市民可以在网上选购充满西方风情的年夜饭套餐,有牛排和比萨两种不同的主菜,再加上烤翅、鸡米花、奶油玉米,油炸南瓜丸等,3至4人食用,172元一份。

最奢华的年夜饭

鲍鱼鱼翅全了

想吃顿超级大餐,也有。网购一份叫价3888元的极品套餐,包括澳洲鲍鱼、极品大鲍翅、极品血燕等等。不过记者发现,这个套餐人气不咋的,目前一份都没卖出去。

最实惠的年夜饭

158元样样有

网上最实惠的年夜饭要数上海大千年饭店推出的家常套餐了。别看价格低,但有8道热菜,鸡鸭鱼肉虾都全了,另外还有两道点心加碗鱼头鱼丸汤。现在物价上涨,路边随便一个小馆子估计也没这么便宜。

»相关

临近春节 炒货价格猛涨

临近春节,街边的一些炒货店生意日渐红火,科巷菜场的一家炒货店这两天甚至天天都可以见到排队购买炒货的市民。不过记者采访时发现,以往市民买炒货都是半斤一斤地买个几样就可以回家过年了,而昨天记者看到市民都是每样二两、三两地买,为什么呢?

原来炒货的价格又涨了,而且涨得很厉害。先说超市,一种400克装的纸皮核桃卖到33元/袋,划到41.25元/斤;310克装的开心果卖到40.5元/袋,划到65.3元/斤。再说街边的炒货店,五香瓜子涨到8元/斤,咸香花生涨到9元/斤,长寿果35元/斤,开心果38元/斤,大籽小核桃50元/斤,松子58元/斤。

一家炒货企业老总告诉记者,今年炒货总体价格平均涨幅至少在20%以上,其中一些单品涨幅都在30%~40%以上。而涨价主要原因还是因为原料价格一涨再涨。以南京人爱吃的白瓜子为例,去年他们拿货的价格只有7元/斤,今年变成了11.8元/斤,出厂价不得不卖到18元/斤,散装零售价也跟着涨到22.5元/斤,如果是袋装的价格更高,要卖到27.89元/斤。

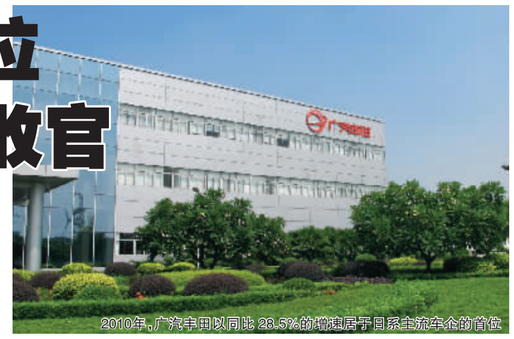
因为超市的小包装价格太高,不少市民找窍门,到街边炒货店买散装炒货,像五香瓜子、咸香花生、长寿果、开心果、大籽小核桃以及松子各买三两,回家尝尝,要比超市便宜得多。不过几个品种算下来也要50多元。如果是送人的,6样至少每样要买半斤,差不多要花上200元。

快报记者 夏天

增速居日系主流车企首位
广汽丰田 2010年完美收官

2010年,在外部环境不利和没有全新产品国产的情况下,广汽丰田经受住了市场考验,实现全年销量26.9万辆,不仅超额完成了销售目标,而且以同比28.5%的增速,高出丰田19%的平均增速一大截,居于日系主流车企首位,也为广汽丰田可持续发展打下了坚实的基础。

2010年,广汽丰田不仅仅在销量上依然维持了高速、稳健的增长,而且通过不断强化产品力,推出“心悦服务”品牌,持续开展全产业链品质改善,加大二三线渠道开拓力度等一系列举措,实现了更深、更广的企业布局,打牢了持续高增长的企业基础。


2010年,广汽丰田以同比28.5%的增速居于日系主流车企的首位

销量持续高速稳健增长

在目前已经投产的汽车合资企业中,广汽丰田是最年轻的一家。但是,自2006年投产以来,广汽丰田一直维持了高速、稳健的发展势头。2010年,广汽丰田经受住了外界不利因素的影响,依旧延续了高速、稳健的增长态势。

2010年,广汽丰田实现了26.9万辆,同比增长28.5%,超额完成了26.7万辆的年度销售目标。

其中,凯美瑞销量超过15.7万,上市第5年仍稳居中高级车销量前三位;汉兰达销量约8万台,成为2010年车市增速最快的SUV车型之一;雅力士销量超过2.5万辆,同比增长20%。

在整个2010年,广汽丰田不断根据终端市场的反馈,对现有车型进行升级。特别是新雅力士的改款上市,根据中国消费者实际需求,对外形进行了大幅度的改进,打破了年度车型很少大幅度改变外形的惯例,彰显了广汽丰田对消费者的重视。

为了更好地满足消费者需求,捕捉新细分市场的消费潜力,广汽丰田2010年投放了进口车型埃尔法。凭借卓越的品质优势、品牌口碑,没有直接竞争对手的埃尔法上市之后,一直处于供不应求的状态之中。另外一款在广汽丰田销售渠道销售的进口车型FJ酷路泽,市场表现也是可圈可点,满足了市场上个性化SUV的需求。

2010年12月,广汽丰田发布了第四款新车逸致,瞄准正在崛起的时尚活力新家庭,“逸致”首次将FUV概念导入家轿领域,成为FUV这一全新细分市场的代表车型。

2010年,凯美瑞混合动力共获得了30个专业奖项

2011年,广汽丰田将进一步加大产品供应,在最大程度上满足消费者的需求。

未来,在不断导入国产车型的同时,广汽丰田依旧会不断导入进口车型,以此来满足市场上各个细分区间的消费需求。

打牢可持续增长的企业体系

广汽丰田自成立以来,就奉行质量重于数量的准则,始终致力于企业体系力的打造,为持续的高速增长奠定基础。

广汽丰田汽车有限公司执行副总经理冯兴亚认为,作为一家汽车企业,不能只是盯着一时的销量和市场份额,关键是要打造一个能应对任何市场环境的企业体系,从而不断地满足消费者对产品和服务的需求。

2010年是广汽丰田品牌建设规划的第四年,也是“品牌确立年”的第一年。去年6月份,广汽丰田发布了服务品牌“心悦服务”,从而在工厂、产品、服务等各方面逐步形成广汽丰田的品牌体系,使得广汽丰田品牌与消费者关系更加深化。

在渠道建设方面,广汽丰田在坚持“少量的经销商,更大的销量,更高的利润,更快的资金周转和渠道发展”金字招牌,在巩固东南沿海等一线城市优势地位的同时,实现了销售渠道和销售重心的“双转移”,把销售渠道拓展的重点延伸到中西部城市以及二、三线城市。

根据统计,截至2010年年底,广汽丰田授权销售渠道达到了260多家,2011年底预计销售渠道将达到350家,通过销售渠道的拓展,让更多消费者能够更方便地购买和更快捷地享受“心悦服务”。

构建全产业链的环保体系

广汽丰田超额完成销量和取得企业体系建设成就的同时,全产业链的环境保护体系也开始正式启动。

2010年4月12日,作为国内中高级车唯一量产的新能源车,凯美瑞混合动力正式上市,并在下半年开始在全国销售渠道实现销售。凯美瑞混合动力2.4L–3.0L排量油耗低于百公里6L,比同排量汽油版减少二氧化碳排放40%以上,效果相当于1年种植80棵树吸收的二氧化碳。其作为目前技术最成熟的新能源车,上市一年即获得了业界的一致认可,共获得了30个专业奖项,几乎囊括了2010年度所有的汽车环保类奖。

凯美瑞混合动力的量产上市,成为2010年汽车业新能源领域的一个里程碑。

截止2010年底,广汽丰田环保投入已累计投资3.36亿,通过导入先进工艺设备,成功解决了一系列重大环保课题,多项节能减排指标达到国内领先水平,创造了良好的经济效益和社会效益。

目前广汽丰田单车生产耗水指标达到了全球领先的2吨/辆,远低于业内4吨/辆的用水标准,每年节约工业用水40万吨,相当于广州市5000户普通家庭的年用水量。被誉为“中国NO.1环保工厂”的广汽丰田第二生产线,实现了真正意义的“废水100%再利用”,先进的生产用水循环系统每年为工厂节约自来水量约36万立方米,相当于广州1600多个家庭1年的用水量。厂房所采用的太阳能发电系统,每年发电量达到20万度,相当于200户广州家庭一年的用电量,与火力发电相比少排放150多吨二氧化碳。

广汽丰田还把环保认证作为构建合作体系的一项重要指标,率先把环保从生产环节向销售店、供应商、物流商等产业链上下游延伸,把节能环保贯穿到了全产业链。

2010年12月27日,工信部、财政部和科技部联合公布了第一批“资源节约型、环境友好型”试点企业(简称“两型企业”)名单,广汽丰田榜上有名。广汽丰田是广东省汽车行业中唯一获得“两型”试点企业资格的汽车企业。这标志着广汽丰田长期以来在资源节约与环境保护方面的努力与成就,获得了国家各部委的认可。

杨凡