



一只水蜜桃最高卖50元

遇“小年”减产三成,阳山水蜜桃将提前下市

在阳山水蜜桃批发市场内,单只桃子的最高批发价已经达到50元;经纪人还在讲价,外地游客却豪迈地“卷走”了水蜜桃;给相熟桃农下订单,要等几天才能拿到桃子……昨日从阳山方面了解到,受天气影响,今年阳山水蜜桃产量减少三成以上,并将提前下市。
胡姍姍

最高批发价达50元一只

“今年桃子少,卖得特别快,有些桃农一到市场摊子还没铺开呢,桃子就已经被人抢光了。”阳山水蜜桃批发市场经理吴永法说,尽管市场连续多日24小时营业,尽量满足客户需求,但品相好的水蜜桃仍是供不应求。

吴永法说,和去年同期相比,今年水蜜桃的批发价涨了四成有余,昨日在水蜜桃批发市场,一板20只5~6两大小的水蜜桃,批发价在230元到250元,6两以上的桃子则更是炙手可热,已经没有固定价格,要桃农和购桃人自己协商,“大的水蜜桃可以买到30元至50元一只。”吴永法说,50元一只的水蜜桃基本上都在一斤以上,市场上出现的非常少,一出现就立刻被人订走了。

让经纪人感到郁闷的是,现在他们的竞争者已不仅是其他经纪人,不少外地游客也成了水蜜桃市场上的大买家。“前几天就遇到一件这样一件事,我先看中了一个桃农的10板水蜜桃,他开价250元一板,我正在跟他还价呢,谁知一个浙江人突然跑过来,没还价就直接把那10板桃子搬走了。”一名水蜜桃经纪人很郁闷地告诉记者。

今年水蜜桃减产三成以上

一桃难求的情况不仅出现在批发市场内,即使到桃农家中直接购买,有时也要等上

几天才行。家住滨湖区的章小姐每年都要向相熟的一户桃农采购一批水蜜桃,但今年下订单时,桃农告诉她,至少要等3天时间才能有成熟的水蜜桃。

记者从阳山方面了解到,今年水蜜桃“减产三成已成定局,如果继续这样下去减产可能更多”。阳山镇相关工作人员说,这主要和天气有关,“日照、降水、温度,对桃子的产量和品质都会有影响。”今年春季气候异常,最近又高温少雨,导致了水蜜桃的减产。

“我家的桃子减产了不止三成,估计要有四五成。”种植户邹女士告诉记者,虽然今年水蜜桃价格涨了不少,但是由于产量降得较多,总收入和去年相比还是下降的。另一位桃农吴女士则因种植较少,受价格上升影响,她家今年的种桃收益却高过去年。

采摘期将提前10天结束

这两天,批发市场内的水蜜桃每日成交量在15万斤左右,看似和去年同期差不多,但是这只是短期繁荣现象。“去年这个时候一天成交15万斤,桃农家里的桃树上还有不少桃子,今年虽然也是成交这么多,可桃农家中的桃子却已经没多少了。”吴永法告诉记者,预计今年水蜜桃的采摘期将提前10天结束,“去年到8月15日左右还有点桃子呢,今年估计8月初就要结束了。”他提醒市民,如果想品尝到正宗的阳山水蜜桃,要尽早行动了。

卖到外地价高还热销 璜土葡萄打时间差不打价格战

有着“江苏葡萄第一镇”美誉的江阴璜土镇,今年又迎来了好收成,从6月15日左右开始,一些在大棚里栽培的精品葡萄,在外地葡萄还未上市,就被经销商卖到了上海、南京、河南、山东、安徽等地,由于璜土葡萄口感好、品质高,售价比同类葡萄价高3成以上还供不应求。
薛晟

买葡萄政府也有奖

沐阳人沈达超10多年前到璜土打工,如今他已是当地小有名气的果农。

“(10多年前)当时一亩地的租金是360元左右,但对种葡萄的果农,政府一亩地补贴1500元。”沈达超说,当时他试种一亩地葡萄尝到甜头后,就让老婆也过来和他一起种葡萄了。

如今,沈家种了20亩葡萄,虽然政府早就停止了“葡萄补贴”,但亩净收入已提高到了1万多元。

在7月27日第六届江阴璜土葡萄节上,果农们又听到一个好消息,当地政府将对到璜土来采购葡萄的客商按采购量等排名给予一定的奖励。于是在葡萄田田头,常时不时地响起一阵阵鞭炮声,那是果农和经销商签下订单后在放鞭炮庆祝。

提高品质打时间差

当地种植大户、省环太湖精品葡萄专业合作社理事长戴志泉,多年来带着璜土的葡萄抢占外地市场。他说,今年在安徽合肥,当地市场葡萄平均批发价每斤才2.5元,而璜土葡萄要价8元,一开始当地经销商不敢多进货,三天后,口感好品质过硬的璜土葡萄就迎来了回头客。接下来武汉等外地市场被一一“攻破”,在这次的葡萄节上,上海、南京、河南、安徽、山东等地的客商纷纷抢着和果农联系,一顿饭的工夫鞭炮就响了好几次。

戴志泉说,前些年当地果农还不敢把葡萄卖到外地去,怕出去了没人要,但事实证明,这几年璜土葡萄的品牌不仅在江苏叫得

响,在安徽、河南、山东等地也越来越被认可。

这些年下来,他们也总结出来一些生意经,把璜土葡萄卖到外地去,要在赢得时间差的同时,把最好的葡萄卖出去,不打价格战,靠高品质赢得回头客后,以后的销售就会越来越顺利,戴志泉说。据了解,去年璜土镇年产的2.4万多吨葡萄中,有7成左右都是销往外地市场,而且价格至少要比当地同类葡萄高3成左右还供不应求。

目前,随着葡萄种植面积的不断扩大,在璜土,一个以葡萄种植特色农业为主,带动销售、观光、休闲、娱乐等的相关服务业产业链已日趋成熟。

江苏虎甲拍卖有限公司拍卖公告

受有关单位委托,定于2013年8月7日上午10:00整在无锡市南河浜12号10楼会议室举行拍卖会。

- 一、拍卖标的:
 - 1、苏BSJ599 依维柯 NJ5046XXYN5 轻型厢式货车,评估价:59000元;
 - 2、苏BSJ351 依维柯 NJ5046XXYN5 轻型厢式货车,评估价:60000元;
 - 3、苏BSJ595 依维柯 NJ5046XXYN5 轻型厢式货车,评估价:60000元;
 - 4、苏BSJ596 依维柯 NJ5046XXYN5 轻型厢式货车,评估价:60000元;
- 注:以上标的为第二次拍卖,标的均以现场实物为准! 整体拍卖优先!
- 二、看样时间:2013年8月1日、2日至标的现场。
- 三、登记竞买:请有意向者携带有效证件及1万元保证金,于2013年8月6日下午15:00前到本公司办理竞买登记手续。
- 四、联系电话:13921150118 丁女士
- 五、公司地址:无锡市中山路359号东方广场B座17楼LJK单元

看中“感知中国中心城市”的物联网人才优势 微软技术服务中心落户无锡

近日,微软全球服务与支持无锡中心正式宣布建成并投运,这是继上海之后,微软在中国设立的第二个基地。微软之所以选择无锡,是看中了无锡“感知中国中心城市”的物联网产业及人才优势。

近年来,随中国经济转型步伐的加快带来的技术创新渴求,加上席卷全球的物联网产业,包括微软、IBM等世界知名IT公司纷纷加入对华技术服务业务提供商大军。2011

年,微软启动“中国业务拓展计划”,与中国多个具有高增长潜力的国内城市开展信息化支持服务,而以云计算为代表的新兴业务则位列其战略核心之首。

据了解,自微软全面投运之后,无锡中心将与印度和上海的全球技术服务中心一起,共同为中国乃至全球用户提供一流的服务。目前,微软无锡中心坐落于新区国家软件园,目前已有240多名计算机人才。 匡笠

看风云 雷雨刚走,又迎来高温!

7月27日后半夜,无锡大部分地区被对流云团所覆盖,在闪电和轰隆隆的雷声中,一场来势汹汹的大雨从天而降,无锡南泉自动站的雨量达63.4毫米,相当于一平方米地板上倒了120多瓶500毫升的水。短时的强降水使得气温快速下降,当天夜里最低气温一度降到了25.1℃。

虽然经过了晚上的暴雨冲刷,但昨天早上副热带高压又强势夺回了天气的控制权,最高温度再次回升到了37℃左右。根据无锡气象台预报,本周副热带高压比较强势,暑热依旧是主旋律,但午后到午夜仍有出现

极地雷阵雨的可能,最高温度将维持在37℃以上,市民最好避免不必要的外出。 唐奕

今明后三日天气

- 7月29日 多云,最低温度29℃,最高温度37℃。
- 7月30日 多云,最低温度29℃,最高温度37℃。
- 7月31日 多云,最低气温29℃,最高气温37℃。

无锡苏宁广场 携手快时尚品牌

逐鹿锡城中山路“黄金商圈”

高端人群的购买力并不代表这个城市,年轻人的消费才能体现真正的时尚度。如果一个城市的时尚仅仅属于一部分高端消费者,那这个城市的时尚是很难得到整体改观的。近日,随着无锡苏宁广场服饰类品牌的曝光,细心的市民已经发现,以H&M、UR等快时尚品牌为首的时尚服饰,在无锡苏宁广场的百货类占比上,占据了一席之地非常重要的位置。

就在刚刚过去的这两年,快时尚品牌无疑在以一种非常快的速度大力扩张着。ZARA、H&M、GAP、UNIQLO、C&A……一时间风靡各大零售商场、购物中心。特别是一些定位年轻时尚,以潮流生活为主打的购物中心,几乎都无一例外的把快时尚品牌列为了其争抢的主要目标。

那么,购物中心为何如此钟爱快时尚品牌呢?

快时尚品牌最大的特点是价格适中、面料普通、设计时尚、款式多样、快速更新,深受消费者的欢迎。这也正是快时尚产品能很快获得较高市场占有率的原因所在。快时尚品牌的优势是善于将时尚生活化,让消费者很容易体验到世界潮流。同时,它物美价廉、超高的性价比也是吸引消费者的重要原因。

比如,即将进驻无锡苏宁广场的H&M,相信无锡市民都不会陌生。作为在全球快时尚品牌中的佼佼者,H&M入锡多年,一直保持着良好的销售状况及人气。这家历史可追溯到1947年的瑞典服装品牌,一直以物美价实为名,深受青年人喜欢。即使是在服装行业整体冷冰冰的景气中,业绩也一样能持续发烧。

在欧洲至少80%以上的人家里,都能找到吊有H&M商标的衣服。而在中国,截至今年年

初,也已有至少123家专卖店正在营业。如今锡城最大的一家旗舰店即将落户城中心无锡苏宁广场,不仅将带来更大、更全的商品种类,更将快时尚的理念“更近一步地”带入无锡消费者的心中。

总体而言,正是快时尚品牌的这些优势,才得以成为购物中心带来大量且稳定的客流,而这也正是购物中心与快时尚品牌频频联姻的原因所在。对此,有业内人士分析认为,无锡中山路商圈历来就是无锡时尚潮流的集中地,周边写字楼白领众多,年轻人、大专院校的学生也常聚集于此。因此,他们构成了时尚潮流消费的坚实客群力量。如果能在此区域加大快速时尚消费品牌的集合度,就将恰好激发起这部分客人的“瞬间购买力”。

从这一点上看,原本就以时尚生活、潮流消费为主打的无锡苏宁广场,在定位上就正好符合了这样一种市场趋势。引进以快时尚、流行服饰为主导的时尚品牌,不仅符合市场规律和顺应市场发展,更与周边高档奢侈消费形成业态及品牌上的互补。相信无锡苏宁广场以此为抓手,必将为其鏖战锡城中山路“黄金商圈”再填重要砝码。 范林琼



无锡苏宁广场官方微博 无锡苏宁广场官方微信
立刻关注我,开业精彩活动不停放送!