

南京地铁禁食令施行一个多月,现代快报记者探访发现,吃东西的乘客越来越少 地铁口早点摊有的歇业,有的却忙爆了

南京地铁禁食令从7月1日起开始实施,到现在已经一个多月了。昨天,现代快报记者走访发现,在地铁里吃东西的人确实越来越少。禁食令改变了南京不少上班族吃早饭的习惯,而随之变化的,还有不少早点摊的生意。 实习生 崔岑晓 现代快报记者 陈志佳 文/摄

现状 地铁里吃东西的人越来越少

昨天早上7点半,现代快报记者走进地铁一号线河定桥站,由于河定桥站目前是始发站,因此,自从新的一号线运行以来,这一站的人流量一直非常大。不过,整个车站里,不论是行色匆匆的上班族,还是提着大包小包的务工者,基本看不到有人大口大口地吃早饭。

随后,记者上了一列从中国药

科大学开来的列车,这时,一名男青年引起了大家的注意,因为他正在津津有味地吃着烧麦。不过,很快他就意识到了自己和车厢里的环境有些格格不入,于是迅速将烧麦塞进嘴里,而提在手上的一杯皮蛋瘦肉粥,也放回背包里。随后,从河定桥站一直到新街口站,记者未发现发现有乘客在车厢里吃早饭。

影响 上班族吃早饭习惯改变

南京地铁禁食令实施一个多月来,受到影响比较大的应该就是广大的上班族了。出门买早饭,在地铁上解决,是绝大部分上班族的选择。不过,这一切正在改变。

家住南方花园的陈小姐在大行宫附近上班,她每天在路上就要花将近40分钟,由于公司考勤严格,“我都是提前1个小时出门,先买个早饭,然后一边看手机一边吃,”陈小姐说,“可是现在地铁上不给吃早饭了,我早上的安排就被打乱了。”

据陈小姐说,开始几天她是买

了早饭,然后等到下了地铁再吃的,但是她发现,像是煎饼之类的早点,在包里捂将近1个小时后,什么口感都没了。之后,陈小姐便到单位附近再买,可她像她一样赶在上班前几分钟买早饭的人太多了,害怕迟到的她,好几天都没吃早饭。

走访中,记者发现,和陈小姐有相似烦恼的人不少,一个看似简单的早饭,现在却成了他们每天遇到的第一件头疼的事。“有时候也想偷偷在车上吃两口,但毕竟面子重要,给查到罚款事小,万一给拍照发上网,那就丢人了。”陈小姐说。

记者探访

进站口 生意清淡,部分已歇业 地点:河定桥站、双龙大道站

不仅是上班族为了吃早饭烦恼,一些早点摊的摊主,最近也是愁眉不展。据了解,在河定桥站坐地铁的市民,有不少是从江宁东山方向坐公交车来转乘的,因此,之前河定桥公交车站附近的早点摊一直生意红火,四五家摊位一字排开,种类丰富。

可是,昨天早上7点半,现代快报记者在公交车站旁看见,早点摊前不仅没有排队的人,甚至连摊位也只剩下了几家。摊主表示,现在的生意确实不如从前,“过个街就是地铁站,吃不完的话上车就不能吃了,很多人就不买了,”他说,“现在是夏天,也有买了带到单位吃的,要是冬天的话,估计生意还会差。”



双龙大道地铁站附近早点铺,上班的人行色匆匆,却鲜有光顾

10多分钟后,记者来到双龙大道站地铁口,当时正是人流量最大的时候,上班族们一个个小跑着进了地铁口,而离地铁口不到50米的一家早点摊却鲜有人光顾,记者在摊子旁站了10多分钟,发现来买早

饭的仅有10多个人,其中还有好几个不是去坐地铁的。店主表示,本以为地铁口的流动摊贩被取缔后,他的生意会好一些,但没想到的是,自从地铁上不给吃东西后,生意却反而不如从前了。

出站口 生意火爆,一个摊子三个人忙 地点:张府园站、新街口站

有生意不好的,自然也有生意火爆的。相比一些上客大站来说,下客多的车站附近的早点摊,生意却是越来越好。从江宁方向开往市区的,从三山街站开始下客渐渐增多,昨天早上8点20分左右,现代快报记者从张府园站下了车。

距离张府园地铁口10米左右,

就是一处早点摊聚集的地方,煎饼、包子和蒸饭品种很全。从地铁口出来,就有不少人一路小跑向早点摊冲去,他们也顾不上口味,总之哪家不要排队,就在哪家买。其中一个蒸饭摊子,一个人包,一个人装,还有一个人收钱,可就是这样,3个人还是忙得团团转。一位摊主表示,近期

光顾的人确实变多了,他包蒸饭的速度也随之加快,不到20秒,一团蒸饭就可以交到上班族的手上。

和张府园地铁口的早点摊相似,新街口附近的早点摊也是门庭若市,“平时生意就不错,但我感觉比较明显的是,来的顾客,生面孔变多了。”一位摊主说。

携手2014亚太经合组织峰会, 凉茶领导者加多宝致力打造世界级饮料品牌



时隔13年,APEC会议重回中国主办,中国力量再一次为全世界所瞩目。这不仅是一次国际性的经济磋商会议,更是中国兼容并包文化软实力的展示舞台。作为中国凉茶领导者,加多宝认为,此次的APEC会议聚焦了世界目光,同时也为中国的凉茶文化提供了一个步入国际化快车道的机会——

8月4日,加多宝与2014年亚太经合组织峰会北京筹备工作领导小组办公室正式签订合作协议,成为2014年APEC会议的特别赞助商,并摘得2014年APEC会议官方唯一指定饮品的殊荣。加多宝品牌管理部副总经理王月贵对此表示,作为凉茶领导者,加多宝有义务通过积极的参与和支持,将中国民族饮料品牌和传统凉茶文化推广到全世界,“加多宝有信心担负起这份重任!”

官方殊荣: 2014年亚太经合组织峰会 唯一指定饮品

本次APEC会议是继2001年上海举办之后时隔13年重回中国。此次会议既是中国以主办国身份向世界展示自身形象的重要舞台,更

是民族品牌走出去、展示中国文化软实力的重要机遇。加多宝全程赞助APEC会议,并成为APEC会议官方唯一指定饮品,业内普遍认为,这必将进一步助推加多宝的国际化进程,为加多宝打造世界级饮料品牌和壮大民族文化软实力再添强劲支持。

“作为全球最大的饮料消费市场,中国有着深厚的历史文化底蕴,而代表着中国传统文化的凉茶,发展潜力无限。与APEC会议不断寻求新的增长动力一样,凉茶领导者加多宝也在国际化征程中不断寻求升级发展的动力。”王月贵说,加多宝能与APEC会议达成合作协议,对于

加多宝来说,也意味着品牌得到了世界级的认可,有能力也有实力站在世界的舞台上打造世界级饮料品牌。

众所周知,经过多年扎实的市场精心细作,以及对传统凉茶工艺的恪守传承,加多宝已连续七年荣膺中国饮料第一罐,被广大消费者赞誉“东方的可口可乐”。伴随着加多宝的成功赞助APEC会议,凉茶这一代表中国传统文化的饮品也即将迎来走出国门的绝佳机遇。

跨界整合: 大品牌、大平台 资源铺设国际化快车道

一直以来,加多宝集团始终坚持“大品牌、大平台、大事件”的发展战略。无论是独家冠名《中国好声音》,还是赞助APEC会议,都是加多宝强强联合世界级大品牌、跨界整合大平台资源、打造极具轰动效应大事件发展战略的充分体现。

如果说冠名《中国好声音》是加多宝在国内打造的品牌推广最强音,那么此番赞助APEC会议,则是加多宝将中国传统凉茶文化输出到世界,在世界舞台上发出的壮大民族文化软实力的最强音。虽然此次携手APEC,是加多宝第一次赞助世界级别的政府间官方高层会议,但可预见的是,通过全程赞助2014年亚太经合组织峰会,未来,加多宝将在世界市场推动全球消费者与东方传统凉茶文化的亲密接触,竭力将中国民族饮料品牌打造为世界级的饮料品牌,为中国传统文化走向世界

增光添彩。而2014年APEC会议,也将由此引领全世界消费者体验中国传统凉茶文化的内涵。

凉茶中国梦: 持续践行品牌文化, 打造世界级饮料品牌

近年来,在不断引领和更新世界消费热点的舞台上,中国品牌异军突起。作为凉茶领导者,加多宝对于凉茶在中国传统文化方面的地位和作用自然也有着前瞻性的战略规划和推广行动。历经18年,加多宝从广东走遍全国、走向世界,不仅创下了惊人的市场业绩,更缔造了在国内罐装饮料市场“东方可口可乐”的品牌传奇。

对于凉茶领导者加多宝来说,2014年是践行“凉茶中国梦”的重要节点。此次加多宝与APEC会议的合作,将“凉茶中国梦”的发展愿景进一步推进落地,也为中国民族饮料品牌提供了更多制造和引领消费热点、与世界级品牌看齐的机会。借助APEC会议这个世界级平台,加多宝将凭借18年高品质正宗产品、传统凉茶文化、创新化营销,打造世界级饮料品牌,让“凉茶中国梦”成为中国文化软实力的重要象征。

越是民族的,就越是世界的。加多宝的“凉茶中国梦”已成为品牌发展的新内涵和中国文化软实力的新符号。在2014年APEC这个推进中国成为世界核心力量的重要舞台上,属于加多宝的凉茶好戏已然拉开大幕。加多宝的“凉茶中国梦”渐行渐近…… 文/蔡雨姗