

售价便宜近一半 避免长途运输新鲜度高

地产蓝莓“登陆”市场抢客源

夏天向来是水果的销售旺季,眼下,各种时令水果扎堆上市,这也让不少钟情于水果的市民一饱口福,这不,有细心的市民发现,印象中一向“高贵”的蓝莓也开始放低身段走起了“亲民”路线。

本地蓝莓“登陆”市场

“可别看就这一小盒蓝莓,这搁在以前可是身价不菲的稀罕物,动辄十几、二十几元一盒的蓝莓让我们这些普通的工薪家庭可是望洋兴叹,即使明知其营养丰富也只是看看,根本不舍得买一盒回家尝尝。现在便宜很多了,各超市的价格都差不多,本地蓝莓每盒售价六七块钱,趁着价格便宜买两盒回家,好让家里人都来尝尝这‘稀罕物’。”经常逛超市的耿先生美滋滋地说,“这

还是家里人第一次吃蓝莓,相信两个孩子一定会争抢的。”据了解,进入六月份以后,地产蓝莓陆续上市,比起大棚蓝莓刚上市那会,目前蓝莓的价格相对低廉。

26日,记者在解放路某超市水果专卖区看到,青中透红的苹果,黑中透紫的布朗,金黄的芒果,诱人的西瓜……整个水果专区可谓一片姹紫嫣红,尽管如此,一盒盒排列整齐的蓝莓被商

家摆放在显眼处,抢尽风头,这些表面被一层白色果粉包裹,透露着墨蓝色的果实,随意拿起一盒往鼻头一凑,独特的馨香沁入鼻腔让人忍不住想要品尝。随后,记者走访了城区多家水果超市及商场均发现了“蓝莓”的身影,往年枣城蓝莓市场“外来客”独大的局面被打破,本地蓝莓开始“登陆”市区各大超市、零售摊点铺货。



价格低廉新鲜度高 本地蓝莓受宠

“以前蓝莓都在大超市里见过,想不到这两年,本村就有人种植起了蓝莓,还真是不简单。”市民王先生一家从南京回山亭老家,让他没想到的是,一路上发现了多处蓝莓种植基地,“以前蓝莓见都没见过,就更不用说种植了。现在关键是蓝莓不光种成了,还有采摘园。”采访中,记者了解到,随着生活水平提高,接受蓝莓的市民也随之增多,相对于本地蓝莓而言,外地蓝莓无论是价格上还是新鲜度上都不占优势。随

后,记者在解放路一超市内的水果专区发现了两种不同产地的蓝莓,尽管净含量都标注着125克,但其中产地为青岛的蓝莓售价12.6元/盒,产地为薛城的蓝莓售价6.9元/盒,期间陆陆续续有市民前来选购,但几乎所有的消费者都选购了本地蓝莓。

“前几年,‘地产’蓝莓匮乏,市场上的蓝莓基本上一直靠‘外来客’补给,尤其是辽宁、江苏等地的蓝莓在我市蓝莓市场占据重要地位,后来烟台、青岛等

地的蓝莓开始陆续进入我市。”解放路某超市水果专区的工作人员介绍,“没有‘地产’蓝莓做为支撑,在很长一段时间里,蓝莓市场外来品独大,而受运输成本、人工成本较大的影响,蓝莓被市民认为是水果中的‘贵族’,一般是市民用来接待‘尊贵’的客人或者走亲访友才肯购买的水果,而‘地产’蓝莓的加入改变了这一局面,价格低廉成了地产蓝莓与外地蓝莓争抢市场的重要砝码。”

地产蓝莓销往北京、广州

“5月初大棚蓝莓陆续成熟上市,物以稀为贵,抢鲜上市的蓝莓不仅卖出高价,而且外地水果商更是抢到了家门口。随后,地产蓝莓6月中旬就开始进入市场,价格也随即降了下来,6月底7月初蓝莓扎堆上市,但总的来说,蓝莓价格并未受到太大冲击。”随后,记者从网上找了一位枣庄的蓝莓卖家,对于日

前多地出现的由于蓝莓扩种,蓝莓价格受到冲击一事,该卖家表示:“相对于本省的其他地市,我市蓝莓的种植处于刚刚起步,蓝莓种植户并不多,蓝莓价格相对稳定。”

对于记者提出的随着种植户的增多,销量会不会受到影响一事,该卖家表示:“本地蓝莓在高端市场北京、广州

等地其销量还是不错的。蓝莓管理起来相对容易,但属于不易储存的水果,对于一般的种植户而言,蓝莓四年就可以进入盛产期,如果以每亩栽种300株蓝莓产量为1000kg,一盒125克,每盒蓝莓的价格在5元左右来算,其利润就相当可观。”

(记者 张莉萍)

深夜卖瓜

7月24日晚十一时左右,深夜的城市已经入睡,在中区振兴路和兴安街交叉口,一位老瓜农不堪疲倦,正坐在板凳上休息,面前摆放着不少还没卖出去的西瓜。每年夏季,不少瓜农都会拉着车进城卖瓜,他们大多都是来自周边农村,步行十多公里来到城区卖瓜,为了省些开支,只能选择风餐露宿。

(记者 王震 摄)



商品免费只付运费 天上掉馅饼了?

领用赠品口红惨变“香肠嘴”

细心的市民也许会注意到,近年来,常常遇到商家为促销商品,推出一定数量的赠品,消费者只需要承担运输费就能得到赠品。赠品价值少则几十元,多则上百元,如此诱人的促销方式吸引了不少消费者的眼球。可是,俗话说“天上不会掉馅饼”,如此大的诱惑背后,往往会给消费者造成困扰。

家住薛城区福苑小区的居民小陈,上周三就在朋友的推荐下,花了十几元运费获得了一款价格上百元的口红。

原价199元的口红,小陈只花了不到20元的运费就得到了,在小陈看来,她这次是赚了大便宜。可是当口红通过物流公司运输到家之后,使用过口红的小陈已经开始后悔了。小陈告诉记者,口红打开包装之后,除了气味没有原来描述的清香之外,口红使用后的效

果也没有商家宣传的好。

更让小陈感到郁闷的是,涂上口红没几个小时,她的嘴唇就开始出现痒感,之后十多个小疙瘩出现在嘴唇附近,而且嘴唇变得红肿起来,成了“香肠嘴”。感到有些不妙的小陈迅速来到医院,在医生的诊断下,小陈才得知,嘴唇出现红肿痒痒的情况和自己使用的口红有很大的关系。

看着嘴唇“面目全非”的情况,小陈万分郁闷,小陈本打算去找商家维护自己的合法权益。可是因为口红是商家作为免费赠品送给消费者的,小陈在接收到口红的过程中,并没有收到商家出售的购物发票,所以小陈的维权遭遇各种困难。

“商家不仅不承担是自己的产品质量问题,而且一再表示自己的产品是作

为赠品免费派送的,没有购物发票不会接受消费者的维权案例。”小陈郁闷地说道,“商家的这种免费赠送,只需要顾客承担运费的行为确实很让我心动,本想着可以省下一笔费用的,可没想到却遭遇了这样的困扰。”

采访的过程中记者了解到,像小陈一样,进入商家这种促销圈套的消费者并不少见。商家利用消费者贪图便宜的心理,推出这种促销方式,看则消费者不需要支付多少费用,实则消费者所要付出的代价要比想象中多得多。

为此,消费者协会工作人员建议市民,不要贪图便宜购买价值不等的商品,同时在购买商品的时候,一定要记得索要发票,像小陈遇到的这种促销手段,消协工作人员建议消费者慎选、慎买、慎用。

(记者 董艳)

南京18家物业上黑榜 1/3是因电梯常困人

你家的电梯“困”了人,物业公司如果不及处理的话,可能就要上“黑榜”了。近日,南京市物业管理办公室公布了今年上半年度的物业公司信用“红黑榜”,有5家企业登上了红榜,还有18家物业公司上了黑榜,黑榜名单中有三分之一属于“电梯困人高发使用单位”。主管部门表示,物业公司作为电梯的使用单位,理应做好巡检、排除隐患等安全管理事务。

根据2011年9月出台的《南京市物业服务企业及从业人员信用信息管理办法》,将2012年度确立为南京市物业信用信息的首个记分年度。目前,全市信用信息系统中所有物业服务企业和从业人员的身份信息已全面完成征集,并已载入信用信息数据库,约有1000家左右的企业和5万余名个人被记录在案。相关人士介

绍,每个信息对象的年度基础分为100分,在此基础上根据其业绩信息和不良信息的征集情况实行加减分制,年底汇总形成企业的全年信用分值。

2015年上半年上“黑榜”的另外12家物业公司中,有一半是由于资质过期,扣分最多的公司因为提供物业管理师的虚假信息,一次性被扣了10分。

南京市物业办相关人士表示,如果不良信用信息积分达到一定程度后,第二年这家企业的经营将受到很大限制,而且将保留3年时间。例如,在物业前期招投标时,将增设信用分值,不良信用信息分值累计后将会降低企业的投标总分,如果扣分超过15分,则被限制参与招投标,年度累计扣分达20分的,物业公司可能要被注销资质。

(扬子晚报)

山寨大白兔冰棍 卖出数万支后停产

北京市场出现山寨大白兔冰棍。媒体对此报道后,引起社会很大的反响。有当地媒体记者找到位于辽宁鞍山的大白兔冰棍生产商,对方表示已经停产。

近日,上海冠生园方面称,山寨大白兔冰棍的生产商始终没有正面联系过冠生园。即便对方有和解的想法,冠生园也不接受调解,“下一步将开展法律诉讼,决不姑息。”

前天,当地媒体记者找到位于辽宁省鞍山市

台安县的四季冷饮店。准确地说,该四季冷饮店其实是一家冷饮厂,占地一千多平方米。据厂房值班人员称,听说因为冰棍的事涉及侵权了,所以厂里已经停产。

该厂老板王成双说,大白兔冰棍是今年的新产品,目前已经销售700箱,约28000支,没有存货。这几天她焦头烂额,正咨询法律专家,希望向上海冠生园寻求和解并称“赔礼是应该的”。

(新闻晨报)

质检总局对6批次缺陷玩具发出“召回令”

7月24日,记者从国家质检总局获悉,广东省6家玩具生产企业已向广东省质量技术监督局备案主动召回计划,决定对骏力宝回力车、小丽明滑板车、智乐堡越野王电动摩托、GOLDLDK刀剑系列、瓢虫蛙式车、百原静态塑胶玩具/变形玩具系列6批次存在缺陷的玩具产品实施召回。

据介绍,此次召回范围内的缺陷玩具产品,因

突出物、活动部件间的间隙、用于包装玩具的塑料袋、刚性材料上的圆孔、制动装置、小球、警示标识方面存在缺陷,有可能造成儿童意外伤害,危及儿童身体健康和生命安全。

上述生产企业表示,他们将积极与经销商,通过各种方式向社会公示其召回信息及具体召回措施。

(南方日报)