

# 日销超100吨 平价贝类成水产市场“流量担当”

本报讯(记者孙佳丽 通讯员周宣羽)当前正值禁渔期,记者昨日走访宁波水产品批发市场发现,贝类海鲜成热销品种,日交易量超100吨,环比增长10%。蛏子、花蛤、蛤蜊等平价贝类一跃成为“流量担当”。

昨日下午4点半,小水产交易区(贝壳区)开始热闹起来。鄞宏水产经营部老板鄞宏光熟练地分拣着刚到货的红螺。在他的摊位

上,红螺、芝麻螺、扁螺、竹蛏等应有尽有。

“红螺主要产自大连,半小时前刚运到宁波,估计晚上12点就能基本卖完。各种贝类加起来,我们店一天能卖2吨,客户有的来自宁波,有的来自舟山、台州等周边城市。”鄞宏光说。

一旁,鄞秋兵水产经营部老板鄞秋兵正捏着水管冲洗蛏子,一箱箱蛏子整齐码放,看起来十分新鲜。

“这些都是本地货,产自宁海和象山,根据规格不同,批发价在每公斤16元至60元不等。今年因为产量大,批发价同比下降了10%左右,现在正是大家采购的好时候。”鄞秋兵说完,继续忙碌。别看摊位上500多公斤的蛏子刚到货,不到4个小时就能全部售空,饭店、菜市场经营户是他的主要顾客。

刚到货的红螺需要分拣,蛏子需要清洗,花蛤需要先将运输过程中产生的碎渣剔除干净。天德水产经营部柴巧珍忙得满头大汗,30吨的花蛤需要快速处理,才能不影响当天销售,好在她和工人早已熟能生巧。

“花蛤的批发价常年在每公斤6元至14元之间波动,产自东北和江苏的花蛤很受欢迎。”柴巧珍说。

## 果汁罐头、代糖罐头…… 甬产水果罐头热销海外市场



宁波天韵食品有限公司的生产车间。(林燕 何晴 摄)

记者 何晴  
通讯员 钱铸错 丁晓燕

筛选、清洁、去皮、分瓣……昨日,在宁波天韵食品有限公司的生产车间,自动化剥皮系统飞速作业,智能分瓣机将果肉精准归类,工人熟练地操控着设备,确保每一罐产品色泽透亮、果粒饱满。

“相较时令水果,罐头既能常温长期贮存,又能锁住鲜果风味,消费群体大,这几年的订单都比较稳定。夏季来临,罐头经过冷藏后更受消费者青睐。”天韵食品管理部负责人林灿灿介绍。为突破原料季节限制,企业改进工艺、升级设备,在产季提前收购6000吨鲜果冷冻存储,做到鲜、冻原料无缝衔接,实现产能翻倍。

市场个性化需求使企业不断推陈出新。在象山华宇食品有限公司,代糖罐头、果汁罐头等新产品正被生产车间里的机械手有条不紊地抓起,放入自动折叠好的纸箱中,通过自动传输带堆垛

保存。当下,“吃得美味更吃得健康”的低热量罐头,逐步成为海内外消费者餐桌上的“消暑爆款”。“我们公司主要生产橘子罐头,另外还有一些小包装的果杯,市场需求持续旺盛,今年前4个月,公司已经出口了约5000吨罐头。”华宇食品外贸部负责人张继跃表示,针对夏日消费需求,公司优化了糖酸度配比和杀菌工艺,确保果肉饱满的同时保留天然酸甜,冷藏后入口更冰爽。

火热的生产线背后,是海关服务的持续赋能。象山海关在线上推送“亲清直通车·企需关切”政策超市,动态跟踪进口国技术性贸易措施,指导企业及时调整生产工艺;线下参照HACCP体系要求,对企业生产的关键控制点进行全流程指导,确保产品质量。

据统计,今年1月至4月,象山共出口水果罐头1.6万吨,货值1.7亿元,同比分别增长8.1%和8.2%,目的地遍布美国、日本、加拿大、泰国和欧盟等海外市场。

## 文化特派员「架桥」 省首届农民龙舟邀请赛开赛

记者 王博

“加油!加油!”……鼓点与呐喊声交织,棋桨翻飞击浪。昨日上午,浙江省首届农民龙舟邀请赛在鄞州区云龙镇沿山河火热开赛,12支龙舟队伍劈开碧波奋勇争先,将端午民俗的热烈氛围推向顶点。

“太震撼了,头一回见这么大阵仗!”云龙镇园坳村龙舟队教练李继国举着手机,镜头追着龙舟来回移动,“全省的高手都聚到了家门口”。

岸边声浪如潮,水上观赛同样热火朝天。省级文化特派员、省乡村振兴促进中心经济师余涤非像一枚不知疲倦的陀螺,穿梭在人群中。他一边核对奖杯、奖牌数量,一边用略带沙哑的嗓音向嘉宾细致讲解各支队伍的竞技特色。

“筹备了这么久,就盼着这一刻!”望着飞驰的龙舟,他用袖口匆忙抹了抹额头上的汗珠,布满血丝的眼中满是欣慰。龙舟竞渡是云龙的端午习俗。在云龙镇出土的战国时期羽人竞渡纹铜镜表明,早在2000多年前,云龙的先民就已在河中划舟竞渡。云龙镇已连续17年举办端午龙舟赛,全镇现有龙舟80多艘、龙舟队伍27支,村村有龙舟。

与往年端午的“村赛”不同,今年的端午龙舟赛吸引了全省近200名龙舟参赛选手,不仅规模之大创

下历史之最,更引入专业赛事标准,从赛道丈量、裁判团队配置到竞技规则执行,均对标省级赛事规格。

这份突破的背后,是余涤非的不懈奔走。去年5月,他以省级文化特派员的身份被派驻云龙镇,并重点指导陈黄村、结对云龙村,之后,他跟着陈黄村党委书记叶剑飞开展了为期10天的走村调研。此后,他有了初步的办赛构想,并第一时间向省农业农村厅汇报,又争取到了省委宣传部、省体育局的支持。

敲定赛事框架后,余涤非马不停蹄赶赴鄞州,与鄞州区委宣传部、鄞州区农业农村局、云龙镇政府多次展开磋商,终于让蓝图落地。

资金筹备与赛事执行方面,余涤非争取各级支持,还自筹文化特派员活动经费,凑齐启动资金。

在他的带动下,张红坤、蔡爱富等5名文化特派员纷纷加入,或登台献艺,或带队参赛;当地村民自发组成志愿队,以主人翁姿态积极参与赛事保障,在后勤支援、秩序维护等环节贡献力量。

下一步,余涤非计划链接各方资源共同打造龙舟文化IP体验线路,串联起现有的云龙赛艇基地、云龙镇龙舟陈列馆、陈黄村文化礼堂等资源,让云龙的龙舟文化品牌越擦越亮。



本稿组图为比赛现场。(许天长 摄)

## 社区志愿者守护 空巢老人“钱袋子”

本报讯(通讯员芮寒青 记者王佳)近日,鄞州区东柳街道华光城社区发生了一件暖心的助老维权事件。社区助老志愿者团队“小王帮帮团”成员王桢凭借专业与耐心,成功帮助小区老人汪阿姨追回莫名扣款,同时普及防骗知识,为老人撑起一把财产安全“保护伞”。

汪阿姨是位空巢老人,日常喜欢通过手机微信公众号浏览资讯、充实生活。然而,一次普通的浏览经历让她陷入困扰。汪阿姨在阅读某公众号文章时,不慎点击了页面广告链接,在未收到确认提示的情况下,开通了一项自动扣款服务。此后,她的支付宝账户连续发生7笔自动扣款,分别为5次90元、1次48元、1次32元,累计扣款530元。发现账单

异常后,焦急万分的汪阿姨立即向结对联系的志愿者王桢求助。

王桢了解情况后,第一时间联系相关平台客服。在与客服的多轮沟通中,王桢据理力争,详细阐述老人遭遇的实际情况,强调扣款过程缺乏必要告知与确认环节,经过2个小时的不懈努力,成功为汪阿姨全额追回被扣款项。

追回钱款后,王桢开始耐心指导汪阿姨关闭自动续费、免密支付等功能,并结合汪阿姨的经历,详细讲解常见的网络消费陷阱和防范方法,提醒老人切勿随意点击不明链接,对各类消费提示务必谨慎确认。

社区相关负责人表示,后续社区将进一步加强针对老年群体的反诈宣传与网络使用指导,定期开展科普活动,帮助老人更好地适应数字时代,守护他们的财产安全。

## 越“夜”越嗨 看鄞州这个商圈 如何花式促消费

王博 倪馨怡 文/图

5月25日晚,暮色渐染甬城,宁波K11商圈举办的一场“乘风夜‘肆’”主题市集活动,吸引客流量突破2万人次。

“滋滋”作响的烤架前,37岁的张天龙忙得像陀螺——左手飞速翻转烤串,右手扫码收款。摊位前,蜿蜒的队伍宛如一条长龙,此起彼伏的“老板再加十串”的呼喊声,混着孜然味与肉香在空气中交织。

“从下午3点开摊到晚上9点收摊,根本停不下来!”张天龙

笑道,当晚,他卖了200多串烧烤。

上述案例是宁波K11商圈花式促消费的一个缩影。

宁波K11的商户涵盖餐饮、服饰、图书、家具、数码等领域。除了通过开展各类活动、打造IP激活消费新动能外,还有不少商户通过优势互补、资源共享等方式联合推出促销活动,抱团合作共赢。

每逢周末,位于宁波K11的葛屋书店会举办亲子DIY、读书沙龙等活动,通过“文化+体验”模式,持续提升客户认可度,各类畅销书与时尚潮玩借势热销。

平时,针对楼宇白领,葛屋书店每月推出至少3款新品咖啡,其中一款日式咖啡月销量突破1200杯;以哪吒为元素的图书、卡片、杯子等十余款文创产品,一经上架便迅速售罄。

这两天,宁波K11负一楼的Green Health超市成了榴莲控的“快乐星球”。一款榴莲以每公斤不到40元的价格限时促销,刚摆满货架就被抢购一空,甚至有顾客提前蹲点,只为抢到这份甜蜜。不仅如此,该超市还巧妙抓住周末消费高峰,接连举办4场龙虾烧烤派对,销售小龙虾超500公斤,让

“烟火气”与销售额一同“狂飙”。

百丈街道辖区内拥有宁波K11、花园里等商圈及20幢商务楼宇,2000多家企业在此扎根,近万名白领穿梭其中。今年以来,该街道整合宁波K11、花园里、华严街等商圈资源,持续推出促消费活动。今年1月至4月,百丈街道完成零售业销售额19.7亿元、同比增长169%,餐饮业营收2353万元、同比增长263.4%,带动实现商品销售额101.4亿元、同比增长45.11%。

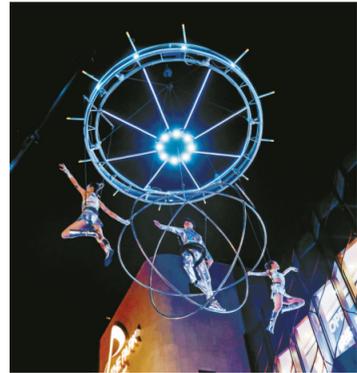
“这一连串闪亮数据的背后,是各商圈、各商户借助周末和假期花式促消费迸发的大能量!”百丈街道相关负责人表示。

为实现各商圈、商户之间的良性互动,百丈街道深化“1+20+N”(1即鄞商会客厅、20即20幢商务楼宇、N即各类企业)服务机制,打造鄞州首个商圈“网格之家”,邀请市场监管、商务、司法及新世界中国商业总经理、物业经理等共同开展助企服务。今年以来,街道已走访、服

务企业300余家次,协调、解决各类诉求上百件。

如今,百丈街道内各商圈已建立了高效的商户彼此赋能网络。

前不久,位于新世界广场宁铸中心1号楼的新湘潮宴餐厅因此受益。在一次商圈交流活动中,餐厅负责人林女士敏锐捕捉到了周边商务群体的需求变化。活动结束后,她当即对接厨师团队,推出“精致小份菜”,广受周边商务群体的追捧。



暮色下,K11商圈活动丰富多彩。