

苏浙杨梅采摘游本周末或迎小高峰

目前在售东魁杨梅多来自云南、福建,浙江露天东魁杨梅6月中旬大量上市

每年端午节前后,是杨梅开始上市的季节。这几天,街头水果店、电商平台,杨梅成为人们争相尝鲜的水果之一。不过,记者发现,电商平台买来的东魁杨梅产地都是云南,市场上也有不少产地福建的东魁杨梅。浙江仙居杨梅园老板介绍,露天种植的东魁杨梅6月中旬才能大量上市。由于端午假期下雨,因此,预计本周末会有从上海出发奔赴苏浙采摘杨梅的客人们。



目前东魁杨梅多来自云南、福建 露天浙江东魁杨梅6月中旬上市

盒马、叮咚买菜平台都已经东魁杨梅销售。记者打开页面,看到产地介绍中写的都是云南红河哈尼族彝族自治州。盒马上,450克一份杨梅当日售价为17.9元,而叮咚买菜同样产地、同样分量的杨梅售价为25.9元。产地云南红河的高山小黑炭,也就是荸荠杨梅,400克售价为18.5元。产地浙江台州的仙居东魁杨梅礼盒装1.2公斤,售价99元,相当于40多元一斤,配送显示要次日早晨抵达。

在上海西郊国际农产品交易中心的果品区,多家商户都经营杨梅批发。果品区相关负责人江浩介绍,目前产地福建的硬丝杨梅、东魁杨梅逐渐退市,浙江余姚的小黑炭杨梅、仙居的东魁杨梅逐步上市。小黑炭的批发价格在6-9元一斤,东魁杨梅品质好一点的批发价15元左右一斤,稍差一点的10-12元一斤,“据商户们反映,天热不下雨,杨梅就卖得快,只要一下雨,杨梅就会迅速掉价。苏浙产地的杨梅,新鲜度较高,凌晨采摘,中午就可以送到西郊国际。”

通过社交平台,记者联系上“中国杨梅之乡”浙江仙居的一位杨梅种植户。据她介绍,露天种植的仙居荸荠杨梅现在已经开始大量上市,但是露天种植的东魁杨梅要6月中旬大量上市,此后7月初,高山杨梅会上市。

而根据仙居杨梅协会发布的消息,设施荸荠杨梅5月28日大量上市,设施东魁杨梅6月1日少量上市,6月8日左右大量上市;露天荸荠杨梅6月2日少量上市,6月8日左右大量上市;露天东魁杨梅6月13日少量上市,6月16日左右大量上市。

据了解,近年来,为了实现杨梅“错峰上市”,仙居发展了一批设施杨梅,就是把杨梅种在大棚内,这样可以让杨梅提前成熟上市,同时减少风雨等天气影响,避免烂果,延长挂果期。虽然设施栽培的投入比传统露天种植大,但因为可以“抢鲜”上市,价格就能比露天杨梅卖得贵,烂果减少、挂果期延长也能增加种植户收入。

不同品种、种植环境的杨梅口味有所差异。杨梅种植户介绍,荸荠杨梅个头较小,酸甜多汁;东魁杨梅单果重可达25克以上,宛如乒乓球大小,肉厚汁满;高山杨梅因海拔高,慢熟,口感清甜,风味更浓。

苏浙杨梅采摘游本周末出发

端午假期起,杨梅就已经开始成熟,本来会有一些上海游客开启奔赴浙江、江苏等地的杨梅采摘游。不过,今年端午假期下雨,采摘客们不得不推迟了行程。

“打算这个周末去江苏无锡摘杨梅。”市民高女士告诉记者,她有一位家住无锡灵山的亲戚,在灵山下种了一片杨梅园,已经有几十年,每年杨梅成熟季节,只要有空,全家都会从上海自驾去无锡采摘杨梅,“杨梅的采摘期特别短,遇到小年的话,可能只有一周左右采摘期,因为家中小孩子要上学,所以中间只能挑周末去,如果那个周末正好下雨或者家中有事,基本就错过了采摘期,要再等一年了。”

在社交平台,有不少仙居杨梅种植户开设的账号,一方面销售杨梅,另一方面也接受杨梅采摘预约。一位种植户介绍,今年她家杨梅园的采摘期从6月1日至28日,需提前2天预约,本周末以后甜度最佳。免费入园体验,采摘带走杨梅25-35元/斤,代摘服务50元/小时。

不过,需要提醒市民的是,采摘杨梅要做好安全和防护措施。记者曾体验过杨梅采摘,杨梅园不少在山上,需要走一段山路,所以尽量要穿防滑鞋。此外,杨梅园里的杨梅树较密集,不透风,这个季节有不少蚊子,一定要穿好长袖长裤,喷好驱蚊水,如果阳光较为强烈,建议涂抹防晒用品。

今年是杨梅小年 不过价格基本平稳

多位杨梅种植户表示,今年自家杨梅园产量少,属于小年。不过,价格和往年基本持平,“涨价的话,会影响销售。”

曹先生在无锡灵山拥有一片小型杨梅园,自家中老人开始,已经种了几十年杨梅。“大年的时候,整个杨梅园能采摘1200筐杨梅,去年采摘了800筐,今年预估只能采摘500-600筐,主要是受去年台风‘贝碧嘉’影响很大。”

曹先生介绍,台风吹倒了2棵杨梅大树,同时还吹伤了几棵杨梅树,这几棵树今年几乎没有结果。“虽然是小年,但是我们不会涨价,因为每年卖的都是老客户,不好意思涨价,只不过产量有限,只能先到先得了。”

仙居一位杨梅种植户介绍,他们露天种植的杨梅受台风影响还好,但听说在高山上大棚种植杨梅的,有些农户损失比较大,台风把设施、杨梅树都吹倒了。

另一位仙居杨梅种植户也表示,今年是杨梅小年,主要影响是今年3月底浙江竟然下雪,部分杨梅树受冻。价格的话,主要还是看杨梅大小、品质,“仙居东魁杨梅这个月中旬大量上市,到时候看看市场行情。”

不过,也有种植户表示,自家杨梅园受天气影响较小。西郊国际农产品交易中心的几位商户表示,今年杨梅产量一般,不是特别的大年。

记者在“仙居发布”中看到,仙居杨梅节活动近日在当地举行。此外,仙居也在开展打击假冒“仙居杨梅”的行动,保护品牌。市民在购买时,也需擦亮眼睛。

晨报记者 郁文艳

上海限定款首日即售罄 泡泡玛特旗下珠宝品牌全球首店开启试运营

“限定款饰品的吸引力太大了!比盲盒更有陪伴感。”近日,泡泡玛特旗下独立珠宝品牌popop全球首店在上海港汇恒隆广场开启试运营,为都市消费者带来了创意、灵感与艺术交织的美学空间,部分上海限定款推出首日即售罄。IP跨界、场景重构、叠加功能性……潮玩和珠宝的边界还能这样打破?

上海限定款首日即售罄

此次全球首店集结了泡泡玛特旗下HI-RONO、SKULLPANDA、MOLLY、CRYBABY、LABUBU等热门IP的珠宝,其中HI-RONO系列的一款畅销项链采用双层可合设计,外层航天器造型打开后,内层的IP形象如同“隐藏款”般跃然眼前,这种“开盲盒”式的互动体验让不少消费者直呼“太有仪式感”。而TWINKLE TWINKLE幸运星系列的三款限定新品——勇敢者魔法棒手链、耳饰及项链,外层镀金,内里纯银,成为店内的出单热门。“魔法棒造型特别灵动,链条长度还能自由调节,日常搭配卫衣或小裙子都很出彩。”小黄分享道。

记者观察到,全店商品价格区间在300-2699元之间,不同饰品还有不同玩法,且功能性更强。

开业首日,上海限定款LUCKY TWINKLE系列手链便迅速售罄。顾客赵女士表示:“限定款的吸引力真的太大了!很难不心动,对我来说,入手这个手链既收藏了喜欢的IP,又能日常佩戴,功能性更强,相比盲盒更有陪



伴感”。

“没有印象中珠宝店的高冷感”

在港汇恒隆广场北座一层,popop门店的标志性四叶花Logo墙面,营造出温馨而富有艺术感的空间氛围。“光是站在店门口,就被这充满设计感的装饰吸引,感觉每个角落都藏着惊喜,没有想象中的珠宝店那种高冷的感觉。”正在试戴的顾客王女士告诉记者。

店内以IP形象为灵感的橱窗设计尤为吸睛,流动感线条与未来感造型交织,各个IP系列的珠宝在其中若隐若现,仿佛在讲述一

个个充满想象的故事。

不过记者发现,LABUBU的系列产品与其IP热度不相匹配,门店内仅有零星几款饰品。

针对这一情况,记者从知情人士处了解到:“这和产品开发理念有关,在饰品的开发上我们并没有因为近期LABUBU爆火就立刻开发一系列新品,因为我们不希望把这个东西做成一个‘理财产品’,更希望它可以成为能够陪伴大家生活的一种日常。”

尝试IP+,打破潮玩与珠宝边界

对于泡泡玛特而言,珠宝品牌线下门店

的落地是其“IP+”战略的重要延伸,期望打破潮玩与珠宝的边界,让每个IP都能以更贴近生活的方式陪伴大家。“以IP为核心的集团化始终是泡泡玛特的战略方向之一,popop门店的落地正是这一战略的一次非常有代表意义的尝试。泡泡玛特一直以来的使命就是‘创造潮流,传递美好’,我们希望通过首饰这样一个特殊的潮流载体,给大家带来一个全新的品牌感受以及不一样的美好体验。”知情人士分享道。

据了解,6月13日,popop全球首店将正式开幕,势必将成为申城潮玩爱好者的打卡新地标,品牌的北京国贸店也将于6月14日开业。

晨报记者 王丽芳

物资回收

渝水堂 高价收购

红木家具.老家具.字画.扇子.印章.像章.老服装.小人书.紫砂壶.玉器.瓷器.地址:多伦路文化名人街182号(近四川北路) 热线电话:65407260 13601926417 高经理 免费上门服务

投放热线:22895373

(新闻晨报)综合分类、遗失、注销各类声明广告