

高温下的农贸市场

□ 夏慧

菜场是市民日常必去的公共场所之一,到菜场去买菜几乎是每个家庭每天的“规定动作”。6日上午,记者走访了市区的一些农贸市场发现,高温下市民对菜场的热情不高,蔬菜比肉类更受青睐。

电风扇降温效果有限

上午8点30分左右,记者走进南海综合市场,虽然位于室内的菜场没有烈日的暴晒,但闷热的空气还是让人在短短几分钟内就感到喘不过气来。记者在现场看到,一些摊主在自己的摊位上安装了悬挂式三叶电风扇,但在这样的高温天气里,降温效果十分有限。记者在菜场逛了一圈之后,额头已有汗渗出来。市场内摊位的老板虽然站在电风扇下,但要招呼顾客、称重、找零,一套程序下来也是满头大汗。“明天还是去超市吧,逛了一圈农

贸市场,一身汗味,回去还得洗澡。”一位在菜场内买菜的市民抱怨道。

随后记者又走访了市区其他的农贸市场发现,有的农贸市场内的摊主们都没有安装电风扇,各种气味夹杂在一起,更加让人喘不过气来。

难见人流高峰期

走了几个农贸市场,记者最大的感觉就是买菜的市民不多,是不是错过了人流高峰期?记者采访了一些菜场的摊主得知,今年夏季气温高,且持续时间长,菜市场内由于没有降温设备,空气闷热且质量差,一些市民都改为到超市里去买菜。还有部分市民下班途中顺便在路边摊买些菜回家凑合着吃。

市民刘阿姨告诉记者,以前一般是上午8点左右出门,走走逛逛顺便到菜市场买菜,可是最

近这段时间,即便7点出门,太阳就已经很“毒”了。“别说菜场里又热又闷,光是去菜场的路上,就被晒得一身汗。”刘阿姨说,“去超市不仅能买菜,碰到超市搞促销,还可以买些其他生活用品,能省不少钱。最主要是凉快。”

记者还注意到,进入农贸市场的道路两侧摆满了路边摊,蔬菜、水果、肉类、水产类等食材种类齐全,完全能够满足市民的需求。一些人采取“就近原则”,在小摊上买些菜就立马“打道回府”。

记者随后前往市区某大型超市,虽然已是上午10点多钟,买菜区域依然围了不少市民,“水果、生活用品、食材等在超市一次就能搞定,高温天气里超市是我们的首选。”市民张先生表示。

蔬菜比肉类更吃香

在采访中,记者观察到,蔬菜比肉类更受欢迎,水产品成为肉类的替代品。许多市民拎了好几个装有蔬菜的方便袋,却难见肉类的踪影。市民郭女士告诉记者:“天气炎热,没什么特别想吃的菜,蔬菜味道清淡,颜色多,更能刺激食欲。”对于荤菜的选择,郭女士更愿意以水产品来替代肉类。“前几天做了一次红烧龙虾,一家人吃得很开心。”

北海农贸市场一肉摊摊主表示,他们现在肉价都在12元/斤左右,蔬菜菊花脑也要10元/斤,都快赶得上肉价了。但买肉的人依然不多,即使买,量也很少,有的就用来配配菜,因而他们现在每天备的肉都会相对有所减少。

不光是猪肉,牛肉、羊肉等肉摊也人烟稀少。“牛肉45元/斤左右,买一小块也要不少钱,还不够一家人吃,龙虾15元一斤,45元可以买好多。”市民李阿姨说道。

夏季,蔬菜尤其是绿叶菜的价格上涨,但并没有降低市民对它们的热情,即使像菊花脑这样高价格蔬菜,很多人也愿意尝尝鲜,给家人换换口味。

责任编辑 袁慧 版式设计 张明月

高温「烤」热空调市场

□ 金铭 柏瀚

进入8月以来,我市一直高温不退,酷暑难熬。炎热的天气也不断“炙烤”着空调市场,记者从苏宁、五星、汇银等多家家电卖场了解到,近期空调、冰箱等家电的销售量呈直线上升趋势。

高温天气助力 空调产品热销

13日上午,记者走访了市区多家家电卖场,刚进卖场便看到有很多顾客正在选购空调和冰箱等制冷电器。记者了解到,不少市民都是因为近期天气持续高温而前来选购空调的。

某家电卖场负责人王女士告诉记者,今年的高温天气带动了空调、冰箱等制冷产品的热销。美的、格力、奥克斯等知名品牌、价位在3000元左右的空调是消费者首选,多为子女给家中不同住的老人购买。此外,随着市民生活水平的提高,消费者对个性化定制、小型化家用中央空调需求也不断增加。特别是一大批别墅、公寓住宅的兴起,为家用中央空调市场提供巨大的空间。

王女士还告诉记者,为了早一点享受到凉爽,很多消费者购买空调都希望当天买当天装。目前,店内各大品牌的安装售后都已进入满负荷运转状态,各厂商也都在最大限度保证售后服务的质量。

节能补贴退场 市场变化不大

近年来,各种家电补贴政策对家电的销售起到了促进作用,随着全国家电市场享受中央财政补贴的政策于今年6月1日正式结束,至此,国家所有刺激家电市场的补贴政策都已经退场,近期,买家电不享受补贴后,空调市场的情况如何呢?

记者从各家卖场了解到,虽然政策落幕使得空调价格有小幅度的上升,但对空调销售总体影响不大。据某电器卖场空调专柜负责人介绍,补贴政策取消之后,此前有补贴的一、二级能效空调产品只有50元~150元的升幅,但是节能环保的观念已经深入人心。即使节能家电比普通家电价格高一些,人们选择空调时已将节能环保放在首位。加上空调这一产品受气温、消费需求等因素影响较大,这一阶段购买空调的大多是刚性需求,所以销售依旧火爆。

于蔚:“90后”男孩自主创业放飞梦想

□ 杨晓莉 管玮玮

在文游中路华侨国际大酒店对面,有大大小小数十家做家装建材生意的店铺,其中一家名为“生活家地板”的门店外观尤为引人注目。但没有人知道,这家店的“掌门人”却是一位“90后”,他就是今年夏季刚刚大学毕业的于蔚。

6日下午,记者约见了“生活家地板”高邮店的总经理、今年只有23岁的于蔚。

父母的从商经历让他耳闻目睹

于蔚父母一直在甘垛镇经营鱼虾饲料销售以及编织生意,每次父母出去进货、回来卖货,于蔚都跟在他们身边。也因为从小跟在父母身后走南闯北,小小年纪的于蔚很早就学到了不少“生意经”。“我在上小学的时候,有一次放学后在店里写作业,店里一个店员也没有,正好有位客户来选购饲料,起初他看我只是个小孩子,打算第二天再来买,可后来看到我为他精心选饲料、熟练地报价,感到非常满意。用了不到10分钟时间,我们就做成了那笔买卖。”于蔚说,那是自己人生中第一次做成的生意,感到非常地开心,同时也很有成就感,心里也就在那一刻暗暗决定,以后自己也要从商。

2009年,高中毕业后的于蔚以优异成绩考取了常熟理工学院。为其选择专业时,家人希望于蔚能够选择机械电子、土木工程类的专业,将来能够顺利在社会上找一份稳定的工作,但是为了实现自己心中的经商梦,于蔚坚持选择了市场营销专业。在随后的四年大学生活中,于蔚除了学好本专业以外,还经常跑到图书馆借阅各类有关创业的书籍,上网查询各种各样的创业门路,并搜集那些年轻创业成功者的资料进行研读。

不愿“子承父业”更爱独自创业

今年6月,于蔚大学毕业。与其他绝大多数大学毕业生四处求职不同,于蔚几乎没有就业压力,一方面家境优越,即使他不上班也无妨;另一方面,父亲于寿峰已经帮其在杭州一亲戚经营的公司里找到了一个不错的工作。然而,出人意料的是,于蔚并没有选择父亲为他铺好的平坦大道,而是敞开心扉与父亲谈起了自己的创业梦想。得知孩子有这样的志向,父母毫不犹豫地给予了支持。

按常理,于蔚要回家乡创业,可以“子承父业”,接手父母的鱼虾饲料生意,因为人脉广、路子熟,干起来上手快,也没有风险。然而回邮后的于蔚却选择了全新的一条创业路。“我觉得年轻人就应该走新路、创新业。”于蔚说。这之后,选择什么样的项目?投资什么样的行业?让于蔚颇费了一番功夫。

灯具行业是高邮支柱产业之一,不仅产业基础好,而且高邮的灯具在全国知名度也高。起初,于蔚曾想涉足,可是经过前期的一番市场调研和考察,他觉得涉足灯具行业对于一个刚出校门的學生来说很难,也很复杂,于是不得不放弃。后来,经朋友的推介和父亲的帮助,于蔚最终看中了位于城区文游中路、准备转让的“生活



家地板”店。

于蔚告诉记者,始创于1996年的生活家公司,旗下拥有生活家·地板·生活家·巴洛克·生活家·曼宁顿·生活家·乐家居等6个品牌,产品包括木地板、木门、整木家居等。多年来,“生活家地板”不仅保持了产销量始终处于全国前列的记录,而且还逐渐成为全球居家木制品领域的领袖品牌。感觉到代理这个有影响力、高层次的地板品牌,市场前景一定很广阔。于是,经历了前后数次的磋商、洽谈之后,于蔚终于从原店主手中成功接手承包了“生活家地板”高邮店的经营权,成为该品牌在高邮地区唯一一家代理销售商。

万事开头难只怕有心人

有了自己人生的第一个门店,于蔚算是迈出了创业成功的第一步。他在万般激动的同时,也对其倾注了全身的心血。在对门店进行重新装修的过程中,于蔚顶着烈日一趟趟跑建材市场挑选装修材料,而且亲自参与设计装修方案,全程参与装修监督。

为了让自己的业务尽快上手,于蔚更是虚心地在师傅身后学习地板行业的“生意经”,并冒着高温,一趟趟上门为客户量尺寸、给客户送货。与此同时,每天中午,于蔚都和员工一起在店里吃工作餐,晚上员工下班后,他就在店里随便找个地方睡觉。短短一个多月时间,这个原本白皙的文弱书生变得又黑又瘦。

看到这个从小在蜜罐里长大的儿子为了创业如此地辛苦,于寿峰非常心疼,也曾动过劝儿子放弃的念头,但是于蔚的态度却非常坚决,他告诉父亲:“别人都说我们‘90后’是无担当、怕吃苦的一代,我要用我的实际行动证明,我们年轻人也能吃苦,也能干成事。”

有心人,天不负。凭借着自身那份执着与勤奋,在于蔚的全心经营之下,如今“生活家地板”高邮店的面貌焕然一新,生意也渐渐有了起色。对于自己未来的梦想,于蔚表示,希望将来在高邮的繁华地段开一个“生活家地板”旗舰店,将自己的地板生意越做越大。