

我市毛芋亩产收购价 双降

多雨台风导致减产降质出现销售难

22日,石柱镇塘花村田头,村民张仁军正挥着锄头挖芋,面对眼前一堆刚出土的毛芋,他怎么也高兴不起来:难卖啊!今年收购价不及去年的一半,算是白种了。



面对低价毛芋,张仁军愁容满面

记者 田妙联

现象 收益比往年减半

张仁军今年种了23亩毛芋,预计有4.5万公斤产量,但毛芋的收购价特别低,不到2元一公斤,还没人要。他说:以前我家产量大,收购商总担心我卖给别人,今年反过来,我得去求他们收购,家里到现在还有四五万斤没卖出去。

午饭菜生芋,夜饭芋菜生。虽然很好吃,但也吃乖乖(害怕的意思)。22日,记者在石柱镇毛芋之乡新店村一圈走访下来,许多村民说起毛芋,几乎都是这样的声音,今年价格低,芋民又遭殃了。

64岁的村民李昌齐种植了10多亩毛芋,亩产约1500公斤,按现在的行情,根本赚不了钱。他给记者算了笔账,他买来的芋子要4元一公斤,一亩田需要300公斤芋子,加上肥料、杀虫剂、人工、田租,一亩地至少需要2800元成本。若按现在的市场行情,收益至少比往年减少50%,没钱赚不说,大半年辛苦下来,还要亏本。

一些芋农还遭遇减产。石柱镇峰箬村村民陈魏士说:今年毛芋不仅价格低,亩产也较去年下跌近一半。去年,我家亩产曾达到2000公斤,但今年只有1000多公斤。为减少损失,陈魏士今年提前开挖毛芋,没想到开收价就比去年低。

去年毛芋收购价高,每公斤5.2元,但今年开收价仅3.2元,随后一路下滑,现在只要1.6元了。收购商陈连法说,收进来的毛芋都让杭州的儿子出售,前一两个月一天能收一两万公斤,但现在收少了,因为受外地毛芋冲击,销得不好。

原因 雨多病重需求少

记者从市经济特产站了解到,今年全市毛芋种植面积约2.2万亩,新增3000亩,亩产、价格遭遇双降。

经济特产站技术人员王健康分析认为,造成今年毛芋双降的原因很多,可谓内忧外患连连。

内忧是疫病破坏,导致减产降质。今年雨水多,特别是7月出

梅后又连遭台风袭击,导致疫情比往年严重,芋叶提前枯死,导致光合作用减少,直接影响毛芋产量,亩产普降20%,甚至50%。王健康说。

除此,今年烂皮芋现象加重,也让芋农焦头烂额。今年出现的烂芋皮应是病菌引起的,会让毛芋坑坑洼洼,果形、品质受到双重影响。让王健康担心的是,由于多年种植单一品种,芋农如不把烂芋及时拿掉,来年发病概率更高,病情更严重。

目前,蔬菜办已将病菌送往省农业科学院会诊,希望得到解决方法。

外患是各地芋农见去年毛芋价格高,盲目扩种,并一窝蜂抢早上市,加之蔬菜品类全、市场需求量萎缩,价格随之下降。

近些年江西、福建、安徽、东阳、磐安等地引进毛芋新品种,不断扩大种植面积,毛芋供大于求,有的每公斤收购价甚至低于1.2元,从而整体拉低我市毛芋收购价。经济特产站技术人员施长安说。

顾客微信下单 厨师上门做菜

记者 田妙联

朋友来家里聚会,请个大厨上门炒几道色香味俱佳的菜,是不是倍感有面子?在各大餐馆推出外卖服务拼腿力之际,餐饮圈又进入了后外卖时代,私厨O2O日益兴起,只需动动手指,大厨就上你家做菜,你约吗?

厨师上门成新宠

上门厨师手脚特麻利,烧的菜也很好吃,临走前还把厨房打扫干净了。上个星期,市民陈春芳在杭州的家里体验了一把互联网厨师上门服务后,赞不绝口。

因为要请朋友来家里吃饭,陈春芳通过好厨房APP平台,订了六菜一汤的菜谱,有红烧带鱼、椒盐基围虾、土鸡煲等。不计食材成本费,请大厨上门服务的套餐价是139元,她用支付宝付了款。

好厨师上门前,还事先电话提醒陈春芳备好调料。上午8点下的单,10点多,厨师就来敲门了。进门前,厨师换好了印有二维码的厨师服、厨师帽,随后忙着洗、切、煮,1个多小时后,六菜一汤就齐了。

请大厨上门烧菜,不仅能满足私人订制,菜式摆出来,还很有高档餐厅范儿。陈春芳说,食材自购,更能保证新鲜有机。

订单超50 票月薪过万

这一新模式吸引了我市不少厨师的兴趣。目前我市普通厨师月薪在4000元-5000元,加入私厨平台后,薪水将有望提高。城区一家中餐馆厨师楼师傅介绍。

据好厨房客服人员介绍,厨师入驻平台前需接受考核,合格后,厨师需支付500元厨具押金。厨师工资从订单中抽成,如四菜一汤套餐价是99元,厨师收取79元,平台分得20元。此外,平台还会根据订单量多少补贴厨师一定的奖金,基本上月订单如有50个,厨师月薪将达到1万元。

在同样薪水下,做私厨看起来要比在餐厅打工更自由,也没那么多活。楼师傅认为上门服务是个不错的新厨师创业方向。

除了私厨上门外,一些城市还推出了火锅上门服务,私厨市场近年来日益红火。

菜品差异化深挖市场

有餐饮人士认为,私厨模式或将改变传统餐饮模式。目前,传统餐厅经营成本高,须支付店租、装修、人工成本等费用;就餐时间聚集,停车不方便,私厨能解决以上痛点。

对此,贝悦家餐厅负责人施晓俊认为,O2O私厨从餐厅搬到家里,虽然能解决餐饮业一些痛点,但需要考虑时效和差异化问题。餐厅通常一天只有两个饭点,且用餐高峰期在18时-20时。上门服务的私厨需独立完成买、洗、切、煮食材整个流程,通常要2个小时,每天最多承接2户-3户客人订单。在意外状况里,时间成本更难控制。

事实上,上门烧菜服务在我市早就有了。新友酒楼就是其一,只不过走的是团餐路线,需要3桌起,才能私人订制。

不管是私厨平台还是餐厅,核心竞争力还是厨艺。新友酒楼负责人方竞男说,私厨平台之所以火是因为食材可自购、菜式可私人订制。从现有平台上看,私厨服务费加上食材费所需费用基本和餐厅持平,价格上并无优势,在此情况下,如果私厨烧的仍是家常菜,用户体验感容易变差,因此,私厨要想拿到更多订单,还需从菜品差异化上做文章。

优产直销虫草受热捧 两天售出18万元

滋补品市场升温 市民倾向自消费

记者 田妙联

冬至进补,气温渐降,养生的消费者开始惦记起保健滋补品。不过,与往年相比,今年滋补品消费市场呈现出很明显的趋势:平价散装滋补品市场升温,市民倾向自消费。

21日,记者走访发现,各大药店都已将铁皮枫斗、西洋参等各种滋补品摆在显眼位置。在紫薇路上一家药店内,市民李春华挑选了一棵别直参称重。

快入冬了,买根参补补。李春华说,她是买来自己吃的,东西好就行,包装无所谓。

现在都是家庭消费,自己吃或送父母的为主,买来送客户的并不多。药店导购员说,受三公消费等政策影响,近年来,礼品市场

萎缩,超过2000元的单子极少,特别是礼盒装产品明显遇冷。

为了应对市场变化,深挖消费潜力,药店不断调整产品。近两年,老百姓大药房与知名厂家同仁堂等合作推出东阿阿胶,并提供代加工服务后,销量直线上升。

原先阿胶一年只卖一两百盒,但现在能卖四五百盒。老百姓大药房总经理施舜杨介绍,自用讲求高性价比,特别是对原料优劣选择很关键,所以自购药材加工,更能赢得市民青睐。

上周,永康淘首场养生节携手西御堂一级供货商在报社一楼大厅打造了一场虫草盛宴,多种规格优质虫草,由于产地直供,性价比高,也吸引了一大批市民选购。

记者了解到,在养生节上销

售的是今年新采玉树头草,每克售价89元,而高海拔千头大草每克售价339元,可谓实惠到家。

我们也没想到,两天的销售额就达18万元,近七成购买者是自消费者。永康淘掌柜胡彬介绍,精选优质产地,采用直销模式,是消费者竞相购买的主因。

据悉,永康淘养生节第二场将于10月31日-11月1日期间,推出海参、鲜人参、铁皮石斛专场,回馈淘友。市民还可登陆永康生活网PC端永康淘页面线上购买,包邮到家。

