

我市农产品省农博会“旗开得胜”

首日销售额破6万元



脆皮玉米 吃货新宠

□记者 田妙联

本报讯 永康不缺人气美食，继糖年糕、龙卷风土豆、麻花、山核桃味瓜子火了后，如今又轮到脆皮玉米了。

21日下午，高镇商业街一家餐厅门口，陆陆续续走出不少人，他们手上无不举着一根浇了不少沙拉的脆皮玉米棒子。

“最近，微信上经常看到小伙伴在抢购脆皮玉米，单看图片就让人忍不住也想尝个鲜。”胡女士就住巴黎商街，早上通过微信下单后，下午她就迫不及待地跑到脆皮玉米自提点。

与普通煮玉米每个售价3元不同，脆皮玉米售价15元。通过微信推广脆皮玉米的小徐告诉记者，其实脆皮玉米制作并不难，先将玉米煮熟，把鸡蛋搅匀后涂上，挂上面糊，在四周点缀上碎玉米片、面包糠、椰蓉等，放入滚烫的油锅中炸近3分钟，就是成品了。

小徐说，她之前曾在杭州吃过，那里的脆皮玉米店前，总是挤满了排队等候的人。因此一个星期前，她尝试制作销售。现在大卖的沙拉芝士脆皮玉米，是自己“研发”出来的，此外，还有咸味、辣味、番茄味。

“我也没想到，在微信上一推，竟然就这么火了，一天100来根玉米竟分分钟被秒光，根本供不应求。”小徐说，因为忙不过来，她还请来嫂子帮忙，基本上每天下午一点开炸，需提前预订。

而这股玉米热还在持续发酵。这几天，微信都在热传，巴黎商街有人在卖脆皮玉米，火得一塌糊涂，一些微商也快速跟上潮流，纷纷推出巧克力等各种稀奇口味。

而忽然间蹿红的脆皮玉米不禁让人想起之前龙卷风土豆等美食，一阵风来，一阵风去。餐饮业业内人士指出，现在年轻人的创业心态比较浮躁，想着挣快钱，投资不够理性，喜欢跟风。而结果便是过度竞争，一窝蜂而上，价格混乱。要避免“一阵风经济”，不仅东西要好吃，而且还不能过于单一，要不时推陈出新。



20日，为期5天的2015浙江省农业博览会在浙江新农都会展中心、浙江农业展览馆拉开帷幕，吸引了我市14家农业企业参展。与往年相比，这届省农博会上，我市参展企业不仅数量有所增加，展品和展销模式也发生了明显的变化。新变化带来了新收获，仅第一天，参展企业销售额就达6万余元。

□记者 王朱敏

现煮现卖刺激购买欲 “舌尖上”营销销量翻倍

“这是什么肉？”猪肉。“黑黑的是什么东西，能不能吃？”那是霉干菜，霉干菜炒肉是我们永康的特色菜之一，我们已做好，您买回家可以直接食用。”

“我先尝尝好不好吃。”在浙江伟丰肉食品有限公司的展位前，家住杭州萧山区的李女士尝了一块霉干菜炒肉后忍不住啧啧赞叹：“太好吃了，肉又嫩又香，给我打包3盒。”

除了霉干菜炒肉，农博会上，伟丰公司现做现卖的还有两头乌猪蹄、烤肠、饺子、肉粽、糯米猪肚、Q皮冻等。

每一种美食都散发着诱人的香味，让人忍不住食指大动，不少市民尝鲜后纷纷下单，其中，两头乌猪蹄和烤肠最畅销。“猪蹄肉质鲜美、肥而不腻，是我吃过最好吃的猪蹄了。”来农展会扫货的梁先生说。

“很多人只听说过两头乌，却不知道这种猪肉的口感如何，因此面对比普通猪肉价格要高的生肉，很少人会产生购买欲望。我们通过以往展销经验不断总结消费者心理，从前不久的金华农展会开始，加入现场肉食品加工售卖环节，效果好得出乎我们意

料。”伟丰公司销售经理杨莉说，因为销售模式变化，这届农展会总销量同比增长了一倍多。

不仅是伟丰公司，在展会上引入现场食品加工展销新模式的还有花果山种养基地。“鹅蛋现煮现卖，销量翻了一番。看来，明年还要加大力度，现场烹饪鹅肉售卖，应该也不错。”该基地负责人胡康辉说。

杨莉也表示，明年的农博会，伟丰还将推出更多的传统猪肉美食和自主研发的猪肉美食，让来参加农博会的吃货们不仅看得好，也吃得好。

创新产品拉长产业链 茶油皂3天被抢购500块

“青果青橙，吃了不上火的青果青橙。”浙江旺盛达农业开发有限公司的展位前，参展人员正不断吆喝着自家的产品，然而就在参展人员力推的青果青橙边上，记者看到了十几块摆放整齐的天然茶油皂。

“我们的茶油皂是从茶饼里提取的，具有抗菌、抗病毒、止痒、修复皮肤等功效，可以洗脸、洗澡。”旺盛达公司负责人沈汇清说，茶油皂是新研发的产品，起先是抱着“混个脸熟”的心态才带来参展，不料，展出3天竟销售了500多块，这让他坚定了加大推广的信心。

“旺盛达一直以来以种植、开发、

生产和销售茶油为主，现在热推的青果青橙也是用茶饼当肥料种出来的，茶油皂也和茶油有关，是我们茶油产业的延伸产品，在今后，我们还要不断创新，拉长产品线。”沈汇清说。

除了茶油产业链不断延伸，我市蚕丝产业的延伸也备受参展客商的关注，只不过和茶油产业不同的是，蚕丝产业的延伸是提升了服务。

“我们在农博会上推出了翻新业务，因为时间一长，如果保养不好，蚕丝被容易变潮而不暖和，需要翻新，所以我们特意提升服务，以求更好地服务新老顾客。而且，哪怕不是在我们公司购买的蚕丝被，也可以拿到我

们的门市部翻新。”市土特产公司负责人马朝中说，翻新业务的推出，不仅可以延长蚕丝被的使用寿命，还可以在翻新的过程中让消费者感受到品质优良的蚕丝被与市面上普通甚至造假蚕丝被的不同，同时，也是蚕丝产业的延伸。

“现在的市面上出现了不少掺假的蚕丝被，要把蚕丝产业做大做强，还是要先让消费者知道如何辨认真假蚕丝。在翻新过程中，他们会亲眼所见我们用的都是优质桑蚕丝，并且我们也会讲解如何分辨。这样一来，我们不仅提升了服务能力，还推广了自主品牌。”马朝中说。

细分参展客商精准定位 因地制宜只为推广品牌

“我要20元的蛋黄肉粽。”我要6个鲜肉粽。”老板，板栗肉粽还有没有？”市福瑞祥食品厂的展位前围满了人，一个个又大又结实的粽子被分装进不同的袋子里，拿给不同的客人。

“老板，你家3个肉粽只卖10元，是不是肉不好？我看别的展位上，一个肉粽就要5元。”一位老太太忍不住问道。“我们现在只想把永康的品牌带到杭州，用的都是好肉，几乎是亏本在卖，老太太你放心买，保证你吃了还要来找我。”福瑞祥食品厂负责人应杰华

一边忙着给客人装粽子，一边耐心地给老太太解释。

记者挤进人群一看，果然，正如老太太所说，肉粽基本上都是10元3个，豆沙粽是10元4个，这价格是不是太便宜了？

“来参展前，我就分析过参展人群，不是老太太老大爷，就是专门来扫货的，价格要是卖高了肯定影响推广品牌的目的，所以纵使利润甚微，为一炮打响，我们拼了。”应杰华说。

而在福瑞祥食品厂展位的对面，

花解语园艺场的展位也是一片忙碌景象。“红、黄、粉红色的玫瑰花，帮我各来几支。”给我打包十支红色的。”有没有黑玫瑰？”花解语园艺场的展位前，不少前来参展的市民围着抢购玫瑰苗，没几分钟，就卖出了20多株。

“我本来想带新产品可食用玫瑰来参展，可是考虑到来参展的中老年朋友更喜欢种花，为了更好地推广永康的玫瑰花品牌，所以带了几种比较好养活的品种来参展。”花解语园艺场的负责人徐金永说。