



“夏淡”不淡 菜价下行

高原夏菜入沪 冷吃凉菜热销

上海批发市场百余品种蔬菜混合单价每斤约1.3元

往年1到7月,进入传统“夏淡”,蔬菜价格会出现波动。但今年夏天,蔬菜价格却走入下行通道。这两天,记者走访了申城各大批发市场和菜市场,来自北方产区“高原夏菜”供应充足,价格平稳,让上海市民今夏的“菜篮子”拎得略显轻巧。而为了减少高温天在厨房“开火”的频率,适合凉拌、冷吃的食材也成为热销品种。

蔬菜零售价集中在2到5元

这两天,“夏姑娘”的脾气变幻莫测,高温叠加暴雨,常常让外出的市民措手不及。赶在暴雨落下之前,周末一大早,阳普国和菜场内的顾客络绎不绝。毛豆、茭白、丝瓜、茄子、米苋、番茄、黄瓜等各类蔬菜摆得满满当当,成为市民夏日“菜篮子”里的常客。

“天气又闷又热,家人没什么胃口,就想买点清爽的蔬菜。”张阿姨一手拿着小电风扇,一手挑了三根茄子,再拿起一把空心菜,请摊主称重。“茄子蒸一蒸,放点酱油拌均匀。空心菜在水里烫熟,浇一

点腐乳汁上去,这是我刚学的粤菜做法,全部不开油锅。”

“茄子4元一斤,这里是9两,空心菜3.8元一斤,这一把差一点点,不到一斤。一共是7.2元,2角钱不要了,你给7元就行。”摊主一边称重一边报价,一边麻利地把两样蔬菜装进袋子里,递给张阿姨。

记者在菜市场里兜了一圈,发现大部分蔬菜的每500克单价在2元到5元之间,而在往年此时,不少绿叶菜都要卖到每500克七八元。比方说,宁夏青菜4.5元/500克,普通青菜则在2.5元到3元/500克之间,红米苋、水果黄瓜都是3.5元/500克,上海人夏天最爱吃的鸡毛菜则卖到4.8元/500克,圆茄子、长茄子的售价在3.8元到4.5元/500克之间,番茄贵一些,要5元/500克。菠菜、刀豆和空心菜属于“第一梯队”,每500克价格从7元到10元不等。当然也有2元以下的蔬菜,冬瓜、空心菜、杭白菜、大白菜就属此列。

“天气热,不管是叶菜还是茄果,都容易腐烂,快点出货,就会少一点损耗。”一位蔬菜摊位的摊主说,现在市民买菜的渠道多,只有

薄利多销,才能提升蔬菜走货的速度,以免增加成本和损耗。

“高原夏菜”入沪量创新高

“近期市场混合均价有所下浮,目前百余品种蔬菜的混合单价约为每斤1.3元。6月底以来,‘高原夏菜’供应形势好于去年同期,使得蔬菜价格呈现持续回落的走势,价格同比降幅8.1%。”这是记者从西郊江桥公司获得的信息。

上海蔬菜集团旗下的西郊、江桥两大批发市场,是保障城市蔬菜供应的主力军。针对传统意义上的“夏淡”期,市场已经提前调度货源,确保供应充盈。目前,市场单日入场量最高峰达到7200吨,创下今年新高。而今夏菜价平稳的主要原因,正是供应量大且集中,造成价格快速走向低位。

“随着高温天增加,本市蔬菜自供能力有所下降。因此我们提前到宁夏产区考察对接,实地了解‘高原夏菜’的种植情况,从田间采收、入库预冷、分拣包装到装车运输,确保‘高原夏菜’整条供应链有条不

紊,及时把夏菜送到市民餐桌。”

西郊江桥公司相关负责人告诉记者,当前,甘肃、张北、宁夏、云南等产区的“高原夏菜”进入上市高峰期,市场在往年基础上新增50多个夏菜车位,每日最高可容纳1800余吨夏菜进行交易。目前夏菜的最高入场量1300余吨,突破了兰州、张北两大产区在今年的入场量纪录,品类则涵盖散花、娃娃菜、西芹、莴笋、白菜等15种。市场今年还设立了“云南、宁夏叶菜专区”,进一步增加货源补给,不断丰富采购品类。

因此只要没有极端灾害性气候,上海蔬菜市场的价格走势会相对平稳,即使后期出现持续高温,涨幅也不会特别大。

“不开火”成买菜关键词

连日高温,不少市民对买菜做饭心生“惧意”。传统中式烹饪常常需要明火加工,厨房成了全家最热的地方,“大厨们”做一顿饭的工夫,往往会汗流浃背。因此,“不开火”的“消暑菜”成为时令新宠。

记者从叮咚买菜获悉,入夏后,开袋即食、加热即食类的预制菜需求有明显增加。叮咚买菜App上,“凉菜”“冷吃”关键词搜索量较上季度同期增长130%。叮咚也顺势推出了“盛夏不开火”系列,主打“无油烟”概念。除了简单方便的沙拉、凉粉、凉面等经典美食,还有白斩鸡、盐水鸭三宝、香糟基围虾毛豆双拼等冷吃新品。年轻消费者则很追捧“青花椒辣卤海鲜桶”,一次能吃到基围虾、花螺、花蛤、蟹钳等四种海鲜,凉爽开胃。

上海人的夏天也早已进入了“万物皆可糟”的阶段,老字号糟卤产品持续热销。南京路步行街上的老字号邵万生生产的特级糟卤供不应求,近日的日销售超万瓶,不少阿姨叔叔都是特意赶来的。“糟毛豆、糟鸡爪、糟素鸡……很多食材都可以放在糟卤中。夏天胃口不好,吃点糟货蛮舒服。”淮海路上的老人和,也算是沪上糟卤鼻祖,咸鲜多汁的糟鸡、糟带鱼是其招牌菜,最近更是外卖窗口的“明星”,高峰期排队五六百人。

本报记者 张钰芸

盛夏七月 瓜果飘香

“蟠桃1349”打文化牌

本报讯(记者 屠瑜)昨天,2023年第十七届上海金山蟠桃节在吕巷开幕,今年首次推出了“蟠桃1349”精品品牌。吕巷种植蟠桃可追溯到宋朝,1349年元代诗人杨维桢来吕巷游学,留下了“西池蟠桃方结子,东家玉树早添孙”的佳句,蟠桃也成为吕巷人心中象征添丁进口的吉祥物。“蟠桃1349”便是将文化历史植入到品牌中,挑选单个重量在225g、糖度15以上的玉露蟠桃,进行统一包装和销售,满足中高端市场的消费需求。

吕巷还引进了“明月”“沪蟠2号”“瑞蟠101”等国内外优良蟠桃品种,上市时间实现了从5月上中旬到9月中旬,也带动全镇种植面积增加到了3200亩。



大个蟠桃吸引了小朋友目光

本报记者 陶磊 摄

施泉葡萄节 推新品种

本报讯(记者 屠瑜 实习生 陈佳琳)昨天,一年一度的施泉葡萄节在金山吕巷拉开帷幕。上海农业科学院带来了申玉、申歇、申园等多个优良葡萄品种,其中最受关注的当数大粒无核的新品种“中华”,其果粒饱满硕大,带有酒香,甜度普遍达到18以上,由科研团队历经20余年培育而成。据介绍,今年施泉葡萄园的葡萄长势良好,吃起来浓郁香甜,价格也与往年持平,30元到40元一斤。2021年,金山将6个果园组建为金山区葡萄产业化联合体,规模已达860亩,已累计种植销售葡萄5万多斤。在年底前,联合体将把符合“施泉”标准的2000亩葡萄整合为“施泉”品牌,批发销售给盒马鲜生超市,使各合作社和果农的经济效益增加了50%—100%不等。



果农在葡萄大棚内采摘中华葡萄

本报记者 陶磊 摄

藏地特色 网红爆款

第六届上海市对口地区特色商品展销会7月20日至23日在上海展览中心举办,展销会分线下、线上和分区展示展销3个部分,助力兄弟省市区特色产品走进上海大市场。其中,西藏日喀则盒马村里的青稞“七十二变”——20多款以青稞为原料的单品陆续在盒马上架,包括青稞八宝饭、青稞粽子、青稞蒸饺、绿豆青稞凉粥、青稞紫米饼等网红爆款。

西藏自治区青稞年产量达70万吨,其中日喀则市占了一半,因此日喀则市被誉为“世界青稞之乡”。但由于环境气候等因素的限制,过去日喀则青稞多以原粮出现在市面上。2022年11月,上海援藏联络组给盒马带来了来自西藏日喀则的青稞,想尝试把这个高原粗粮做成时下消费者更容易接受、喜欢的商品。仅一个月后,盒马采购研发团队就合力交出了一份又快又好的作业:两款不同口味的青稞风味八宝饭陆续上架,研发团队利用超高温瞬时预处理,让坚硬的青稞和糯米实现“同煮同熟”,保留青稞营养元素的同时,留住其原本的清香和Q弹。

今年春季,青稞被包进了青团里;端午,又被做成了椰香青稞粽,5月份这款新品粽子就售出了10万个,在盒马近两年创新粽子中排名前三,将成为盒马的“保留款”。在把青稞做成时令单品后,盒马的研发采购团队又着手研究如何把

八宝饭、粽子、蒸饺、冰激凌……

西藏青稞「七十二变」进上海

青稞做成日常美食。今年7月,用西藏青稞做成的蒸饺、凉粥、吐司、米饼等新品,扎堆走上盒马货架。

今年5月,盒马向日喀则下了一笔包含了1500吨白青稞、100吨黑青稞和有机青稞的大订单。7月,日喀则市江孜县青稞盒马村正式挂牌——这也是首个位于西藏自治区的盒马村。盒马将根据今年青稞系列新品的表现,确定创新开发方向,并计划于2024年在日喀则盒马村启动青稞定植——根据市场反馈,定植能够更好地适应消费需求的青稞品种。

西藏自治区日喀则市江孜县人大常委会副主任、江热乡党委书记孙健表示,为了能够充分保障盒马的青稞产品商业开发,江孜县将联合龙头企业建设现代化的青稞精加工工厂,预计在明年一季度投入运营。

日喀则藏研食品有限公司副总经理鲍桂娜表示,青稞的创新研发比其他同类型原材料难度更大。以冰激凌为例,由于青稞本身口感相对粗糙,如果用原粮直接做成冰品会硬到“硌牙”,所以盒马研发团队就对青稞做了糖渍加工的预处理,再利用意式冰激凌加工工艺,将打磨后的青稞与浓郁的椰浆做成口感绵密的冰激凌,这款新品即将在今年7月底上市。此外,今年还将有青稞精酿、青稞植物饮、青稞面疙瘩、青稞米等商品陆续上架。

本报记者 金志刚