

橘黄蟹肥丰收季,崇明开启“双11”首波活动

两大拳头产品线上线下销售忙



□记者 欧阳蕾昵

全民“双11购物狂欢节”即将

到来,崇明区近年来打造的6大区域公共品牌中,广受上海市民喜爱的崇明金沙橘和崇明清水蟹也陆续

成熟上市。崇明“橘黄蟹肥丰收季”作为“崇明优品在联华”的系列活动之一,于10月28日至11月2日首次在联华实体卖场超市、“百联到家”及联华电商线上平台同步开启。

记者获悉,本次“橘黄蟹肥丰收季”结合了联华股份感恩嘉年华“双11”首波大促活动,线下线上活动丰富多样。中环百联、西郊百联、黄浦新苑等3家世纪联华大卖场开展现场巡回地推活动,上百家联华卖场及标超全新上架崇明金沙橘及崇明清水蟹;而线上微信商城“崇明米道”、“百联到家”也将联动推广崇明金沙橘及崇明清水蟹。其中,“百联到家”率先上线“崇明优品在联华”活动专区,集中推介崇明优质地

产农产品,顾客在崇明优品专区内购买的商品可通过“百联到家”平台实现最快30分钟到家服务,尽享购物便利与优质生鲜农产品。

活动期间,“百联到家”联华好物直播间还于11月2日赴崇明原生态产地开展基地直播,现场推介崇明金沙橘及崇明清水蟹,让市民了解崇明金沙橘生态种植过程,在蟹文化馆里亲眼目睹一斤二两的巨蟹,展示蟹粉狮子头、蟹粉蹄筋、蟹粉芦笋、面拖蟹、咸肉蒸蟹等一大波以蟹为食材的美食,更直观了解崇明优品的成长过程和突出品质。直播现场还可以参与直播劲爆秒杀价。

“崇明优品在联华”作为崇明区与百联集团战略合作协议中绿色农

业产业化发展的重要一环,旨在为广大市民高品质生活提供更多“崇明优品”。百联集团发挥在商业模式创新、供应链建设布局、超市发展等方面的整体优势,加快推进崇明绿色农产品进入上海市场,满足市民消费升级的需求。签约以来,合作双方加紧对接合作,开辟快速通道,建立合作机构,共同促进崇明优品加快登陆联华股份各类销售渠道。据悉,今后每月,崇明与联华还将持续联合举办一系列的崇明农产品主题推广活动,由崇明区严选优质得地产农产品,联华开辟便捷的线下线上销售渠道,共同为广市民带来更优质、更正宗的崇明地产农产品。

□简讯

明珠湖首家生态连锁店开业

□记者 欧阳蕾昵

11月1日,明珠湖猪肉公司在崇明岛上开了首家生态连锁店。记者看到,该连锁店是首家采用分割品工厂配送,强化终端跟踪、服务的全新门店。门店专业定制展示柜并统一装修风格,在这里,消费者可以一站式购齐猪肉、蔬菜、大米等农产品。

说起明珠湖肉食品公司,不得不提起它的创始人沈斌。毕业于江苏农学院畜牧专业的沈斌经过12年的奋斗,将明珠湖公司打造成岛上规模最大的集猪饲料加工、生猪饲养、屠宰、冷鲜肉生产、冷链运输、销售为一体的市农业产业化重点龙头企业。目前,公司旗下的明珠湖生猪专业合作社依托“生态+产业链+品牌化+市场化”的运作模式,坚持走“规模化经营、标准化生产、品牌化销售、精细化管理”的发展之路,开创了一条上海生猪产业化可持续发展的新模式。公司的生猪出栏量占全崇明区的1/3,品牌猪肉畅销上海,“明珠湖”商标入选为上海重点商标名录。

沈斌一直坚持以安全为原则,以美味、健康为宗旨,从源头控制肉品质量。在饲料上,巧妙地借鉴了五谷养生之道,不仅添加了五谷杂粮、酒糟等发酵饲料,还有微生态生物饲料,同时专门建了一座年产12万吨的饲料厂,利用科学配方和现代技术,把控投入品质量,让猪肉可以涮着吃,原汁原味还原儿时味道。此外,明珠湖肉食品旗下一个由荷兰何德曼集团设计的现代化智能生态猪场已于2019年正式投产,整个猪场预计每年可向上海市场提供优质商品猪5万头。

沈斌介绍说,目前,公司在崇明岛上拥有22家直营店和华联超市直营专柜外,在市区也已建立起庞大的销售网络,销售点遍布麦德龙、沃尔玛、城市超市、农工商、绿地精选、叮咚等大型连锁超市及卖场,拥有250多家直营及代销网点。“以猪肉产品为主的明珠湖生态超市开业,标志着生猪产业链跨入新的里程碑,实现了线上线下综合发展一站式服务体验,为崇明品牌农业开创了崭新的销售模式。”沈斌介绍说。

廊下镇开启第十三届全民学习嘉年华

地方特色民俗盛宴给农民带来文化大餐

□通讯员 赵彬 记者 曹佳慧

吕巷新东街网红“糖饺”,张堰老街的“吴记臭豆腐”,浙江省平湖市新仓镇的“塌饼”、广陈镇的“鸡蛋糕”,10月30日,这些来自“田园五镇”的网红美食和廊下镇的“阿婆菜饭、眉毛饺”一起,成了廊下镇第十三届全民学习嘉年华活动中的第一道“开胃菜”。“和面、上馅、成型、熟制”,学员们一边动手体验,一边品尝,学习交流,讨论切磋。

廊下镇第十三届全民学习嘉年华活动,既是社区教育学习成果的集中展示,也是在丰收时节献上的一场极具地方特色的民俗盛宴。除了“开胃菜”,情景剧《种好黄秧望望爷娘》更是本次学习嘉年华的“压轴大菜”。以老百姓喜闻乐见的文艺作品样式演绎着一段流传至今的“芒种”节气民俗故事。据《廊下镇志》记载,廊下当地古来就有风俗,“芒种”过后“黄梅上岸”,插秧全面结束,农民得以休息几天,这时候就需要“回家望望爷

娘,以示孝心”。出嫁的女儿带着女婿一起手持肩挑、打扮一新回娘家,与父母把盏言欢、共享天伦。新时代新农村,儿女们手中的“包扎”(廊下方言“礼品”)从鸡鸭鹅到新潮电子产品,但几十年的风俗没有变,流淌在其中的“孝文化”历久弥新。同名土布贴画《种好黄秧望望爷娘》由金山农民画设计师专门设计,农民画的手法与老土布的原料相结合,于耕读中传承乐善,在传承中践行文明。

据了解,近年来廊下镇一直坚持建设“方式更加灵活、资源更加丰富、学习更加便捷”的终身教育体系,从“构建多元学习点,打造15分钟学习圈”入手,不断探索创新学习阵地、形式和内容,形成了“党建到宅基头,管理到田头,服务到人头”的“三到头”学习品牌,共建立了宅基学习点68个,打造一支由“办学干部、大雁行动指导员、祖辈课堂志愿者”等为主体的师资力量,让社区教育打破时间和空间的界限,形成“人人皆学、处处能学、时时可学”的学习氛

围。

廊下居委会今年70岁退休教师孙丽娟是社区学校的“优秀教师”也是“最佳学员”。老有所乐、老有所学,退休后,她这个文艺骨干又在社区里成了一名学习骨干。孙丽娟每周定期到村居送学习,到敬老院和宅基头与老百姓一起开展知识问答、做益智游戏,讲授科学育儿常识等,一年的志愿服务时长超过500小时。在带领一群文艺爱好者进村入宅演出的同时,孙老师自己还在学校的其他各类课程里“充电”。她说:“上海城市建设要实现五个‘人人’,我们在社区学校学习和参与志愿服务,充分感受到了人人都有人生出彩机会,人人都能有序参与治理、人人都能享有品质生活、人人都能切实感受温度、人人都能拥有归属认同。”

据悉,为提高廊下社区居民的综合素质和文明程度,社区学校针对村(居)民实际情况确定了6大板块教学内容,满足各年龄段、各层次群体学习,并且让村(居)民听得懂、学得进、受教育、见行

田头直销社区,花卉产品成为巡回展的“新宠儿”

□见习记者 郁若辰

“阿姨,新鲜的杭白菜来看一下,1块钱一斤。”“叔叔阿姨,地产新大米先来尝尝看,好吃再买。”

一大早,这些热情的吆喝声出现在居民家门口,唤起市民们浓浓的购买欲望。近日,2020上海农产品进社区巡回展-广中路街道专场在广中路街道社区事务受理服务中心举行。

现场共有18家合作社(企业)参展,展销产品不仅包括地产绿叶菜、瓜果、鸡蛋、新大米、菌菇、花卉等特色农产品,更有来自对口支援地区新疆喀什、贵州遵义、西藏江孜的助农产品。

“我们上了年纪的都不太会网购啊什么的,像这样在家门口就可以买到新鲜的农产品就很好,就喜欢这种看得见摸得着的感觉!”一位阿姨将“战利品”塞满小推车,心满

意足地往回家走。

现场销售最火热的除绿叶菜、新大米等农产品外,让人意外的是,花卉产品竟成为了展会上的“新秀”。

“我们也没有想到这次带来的月季、百合、蝴蝶兰、多肉会这么受欢迎。”上海阡中生态农业发展有限公司配送部负责人介绍道:“这次一共带了50盆左右的花卉产品过来,没想到居民们非常热情,不到一小时,抢得只剩下不到10盆了。”地产花卉产品首次亮相农产品进社区巡回展,因其价格亲民、品质好,路过的市民几乎人手一盆。

一边展会上购买人流络绎不绝,另一边一场用地产新大米制作寿司的现场教学赛比赛同样受到“大小朋友”的青睐。“阿奶,原来阿拉自己做出来的寿司味道嘎好。”现场的小朋友们一边品尝着用地产大米做的寿司,一边和家人分享道。

此次活动由上海农业展览馆主



办,旨在为优质农产品搭建产销对接平台,培育地产农产品品牌,方便市民了解、品尝和购买上海本地以及对口支援地区的优质特色农产品。同时,展会期间恰逢重阳佳节,

为弘扬中华民族敬老、爱老、助老的传统美德,上海市农业农村委团委书记张瑜在启动仪式上为广中路街道老年代表送上了最新上市的地产品。同时,展会期间恰逢重阳佳节,