

国产大樱桃在南京上市了

目前比进口车厘子贵,最高已冲破百元一斤



进入四月,脆甜可口的国产大樱桃终于上市了。不过,喜爱这口的市民可能要心疼一下钱包了——目前大连美早樱桃刚登陆南京市场,品相好、个头大的最高已冲破百元一斤。

在河西一家连锁水果店内,一款产地辽宁大连的优选美早樱桃,售价每斤128元;另一款礼盒包装的大连美早樱桃,个头更大,每一颗都被精心放在泡沫槽内,礼盒售价278元,标注为1kg,相当于每斤139元。

在盒装鲜生,大连美早樱桃也不便宜。4J规格的大连美早樱桃售价49.9元一盒(250g),约合99.8元一斤。3J规格礼盒装(1kg)售价139元,相当于69.5元一斤。果径在J到2J之间的小果,也要59.8元一斤。

这样的价格,已经远超去年11月底进口的智利车厘子刚上市时的售价。彼时,南京市场进口车厘子JJJ级约80元一斤,而且之后随着供应量增加价格快速下跌,到今年1月时,小个头车厘子售价十几元一斤还会滞销。

其实,以往轻视国产大樱桃、觉得进口车厘子好的观点,本就是偏见。因为国产大樱桃和进口车厘子本就是同根同源——都是欧洲甜樱桃,只是栽培品种不太一样,一个朴实、一个洋气的叫法,只是商家们区分国产进口的“小心机”。近几年,进口的智利车厘子由于供应量多,不再“稀罕”,价格回归理性,也让大家渐渐发现,国产大樱桃省



去了漂洋过海的时间,口味、硬度都不输甚至超过进口的。

美早是大连、烟台主推的早熟品种,也是四月份的主打品种。它的果肉硬脆、颜色紫红、甜度高。差不多同期上市的还有红灯,红灯酸甜适口,但果肉偏软、产量也没有美早那么高。除此之外,进口车厘子大家熟悉的品种拉宾斯、斯凯拉雷现在在国内也有种植。

目前大樱桃售价普遍偏高,但喜欢吃的市民也不必太着急。据水果经销商介绍,目前大连、烟台等主产区的大樱桃才刚刚起步,上市量有限,价格自然处在高位。接下来随着露天樱桃陆续成熟,上市量将快速增加,价格也会逐渐回落。根据往年行情,到五六月份樱桃大量上市时,最低点价格可降至十几元一斤。

值得注意的是,眼下和大樱桃同期上市的,还有一种个头小巧的“中国本土樱桃”。这是我国本土的樱桃品种,果径通常只有1~2厘米,与动辄J级以上(果径26毫米以上)的欧洲甜樱桃形成鲜明对比。

中国本土樱桃虽味道甜美、香气独特,却有一个致命缺点——极不耐储存和长途运输。目前南京一些菜场和水果店能买到本土樱桃,一般装在小盒里,售价10~20元不等。

南京老山林中 护林员救助受伤野生獐子

扬子晚报讯(通讯员 艾莉莎 李雪 记者 梅建明)近日,在南京老山森林中,一只野生獐子因腿部受伤无法行动。幸亏被老山林场的护林员在巡林工作中发现,成功对其实施救助。

据介绍,当天上午,南京老山的林场护林员按照常态化巡护计划,对辖区重点林区开展全方位巡查。在行至狮子岭大洼口片区时,突然一阵动物的微弱叫声引起护林员警觉。循着声音仔细搜寻,护林员在密林灌木丛中发一只腿部受伤、无法正常活动的野生动物。经现场辨认,确定该动物为国家二级重点

保护野生动物獐子。

护林员在现场看到,这只獐子腿部受伤,因受惊乏力而难以移动,若不及时救治,极易危及生命。随后,护林员轻声安抚,避免獐子过度挣扎造成二次伤害,并在第一时间上报林管区。很快,林管区火速与救护中心对接,沟通转运救治相关事宜。林管区工作人员依规完成交接,顺利将獐子移交救助中心专业人员处置。很快,这只受伤的獐子被送至南京市红山森林动物园野生动物收容救护中心开展专业救治。

连云港两头斑海豹顺利产崽

在4月16日“全国斑海豹保护宣传日”来临前夕,全国科普教育基地——连云港市赣榆区海州湾海洋乐园传来喜讯:两头被誉为“海上大熊猫”的国家一级保护动物母斑海豹先后顺利产崽,为我国濒危斑海豹种群增添两名“新成员”。目前,两头斑海豹宝宝体质良好、进食正常,在工作人员精心照料下健康成长。至此,该乐园斑海豹饲养总量已达10头。



斑海豹宝宝与妈妈

斑海豹被誉为“海上大熊猫”,是我国唯一能在海域自然繁殖的鳍足类哺乳动物,属于濒危物种,主要栖息于北太平洋、北冰洋边缘海及我国渤海、黄淮海

域。据了解,目前我国斑海豹主要繁殖地集中在辽东湾,该物种繁殖率低,每胎仅产1仔,哺乳期约1个月,是海洋生态系统的重要指示物种。通讯员 姚绍庄 卢磊 扬子晚报/紫牛新闻记者 张凌飞

肿瘤防治宣传周公益行动

灵芝孢子粉公益申领!

为进一步推进健康中国行动,践行“肿瘤防治,赢在整合”的总体理念,在第32届全国肿瘤防治宣传周期间,江苏省健康产业研究会、南京癌友康复协会联合中科健康产业集团共同开展“关爱患者,献礼健康”公益活动,凡南京市肿瘤患者,携带有效证件及确诊报告,均可免费领取总价值1440元的中科灵芝孢子粉3瓶,每人终身限领一次。

人类健康文明,谋求与社会共发展”为核心理念,旨在为全民健康做出积极贡献。



(总价值1440元/3瓶)

灵芝作为我国传统中药里的上品,是非常珍贵的药材。《本草纲目》记载“灵芝益心气、安神、益肺气、祛痰、补中、增智慧、好颜色”。灵芝孢子是灵芝最精华的成分,其多糖、三萜等有效成分能提高人体免疫力。据了解,中科健康产业集团成立于1984年,扎根南京坚持中药现代化的研究42年,以“推动

领取时间:

即日起—4月30日

领取热线:

025-83223131

注意事项:

数量有限,送完为止;

凭本人身份证和确诊报告领取,终身限领一次,不可重复领取。

李泽泓:以三大核心行动,打造中国品牌全球化的可复制路径

亚马逊全球开店欧洲站凭借覆盖21个站点、触达180个国家及3亿消费者的全球化优势,成为中国品牌出海的重要阵地。但欧洲市场多站点、密规则、长合规链条的特性,让新品牌出海的关键从“开出店”转向“养好品牌”,任何环节的卡点都可能延缓首单、拖累增长。作为亚马逊全球开店欧洲站新卖家招募与运营负责人,李泽泓扎根深圳带领团队服务中国品牌出海欧洲,始终围绕挖掘潜力中国品牌、优化合规导向的卖家教育与支持,全面提升卖家服务质量三大核心行动,拆解出海不确定性,沉淀可管理、可复制的流程体系,让中国品牌出海欧洲更高效、更稳健,助力其实现从“卖货出海”到“品牌出海”的跨越。

在布局中国品牌全球化的过程中,李泽泓带领团队始终坚持主动发掘本土优质潜力品牌,从国内成熟电商生态中筛选具备产品力与品牌力、适配海外市场的优质玩家,童车品牌Kidpop便是团队精准挖掘的典型代表。Kidpop在国内电商平台已展现出强劲的发展潜力,其兼具设计感与实用性的童车产品、鲜明的品牌风格,让李泽泓团队判定其高度契合亚马逊欧美市场的消费需求与审美偏好。在团队的全程赋能下,Kidpop顺利完成亚马逊欧美站点的上线布局,且上线后实现销量的快速增长,出海第一年便成功跻身欧美童车品类前列,成为中国本土潜力品牌出海全球化的优秀范本。

合规是欧洲市场的核心准入门槛,更是品牌实现长期经营的关键前提,而多数中国品牌出海时,常因对欧洲各国合规规则不熟

悉、办理流程不清晰陷入经营被动。针对这一行业痛点,李泽泓带领团队将合规导向的卖家教育与支持体系优化作为工作重点,从内容简化升级与服务商深度合作两大维度发力,推动合规从“品牌出海难题”变为“可落地、可把控”的标准化动作。在合规服务端,李泽泓带领团队与欧税通、跨境通、跨境盈科、趣税科技等中国头部欧洲合规服务商达成深度合作。通过“内容简化+服务标准化”的双重举措,品牌有效减少了商品受限、库存受阻、资金占用等问题,合规办理效率显著提升。

为摆脱过往“经验化、一刀切”的服务模式,李泽泓带领团队围绕卖家差异化需求,针对不同阶段、不同类型的卖家设计专属服务标准与定制化服务包,搭建起覆盖品牌上线前期筹备到上线后出单运营的全流程、精细化陪跑支持体系。团队先对卖家进行精准分层,按出海阶段分为初创筹备型、上线试运营型、稳定出单型卖家,按品类特性与经营规模划分不同类型。在全流程陪跑中,团队为每位卖家配备专属服务小组,从出海筹备阶段的1对1流程指导,到上线后的日常运营答疑、问题快速响应,再到出单后的数据分析、增长策略调整,实现全链路跟进支持。

李泽泓始终期待,能以这套可复制的方法论,助力更多中国品牌在欧洲站实现长效经营,并向更多区域站点拓展,真正实现从“中国制造”到“中国品牌”的全球化升级,在全球市场打造属于中国的品牌力量。

李舒曼