

被冷落的方便面再度受关注

不少网友晒出“最佳烹饪指南”

方便面曾风靡一时。但受健康观念转变与外卖迅猛崛起的双重影响,方便面渐渐被消费者“打入冷宫”。最近,方便面在网络上的关注度回升。究其原因,主要有两点:一是康师傅、统一两大行业“巨头”半年报出炉,数据亮眼;二是“开学季”来临,线上线下促销力度加大。

统一和康师傅两大“巨头”的增收,离不开产品结构升级与提价策略的推动。一时间,“为什么方便面又好卖了”“泡面巨头靠涨价赚翻了”等话题接连冲上热搜。

具体来看,康师傅高价袋面实现收益52.59亿元,同比增长3.3%;中价袋面实现收益14.1亿元,同比增长7.8%。统一旗下茄皇、满汉大餐系列均实现双位数增长。今年5月,统一还协同山姆会员店推出高端产品“上汤瑶柱银丝面”(17.48元/袋)——记者在山姆APP上看到,该产品主打“高蛋白银丝面,一分半快熟;精选北纬39°一类水质海域虾夷扇贝”,定位明显走高质高价路线。

近日,记者查询电商平台



茄皇系列方便面热销

的方便面品牌自营旗舰店发现,多款方便面打出“开学季又好又便宜”的促销标语。线下超市促销力度也较大:在外卖APP点单要卖到5~6元的康师傅红烧牛肉面,超市桶装促销价4.1元;在外卖APP上卖到5元多的统一茄皇牛肉面,超市卖4.8元,且推出“任意两桶8.9元”的优惠组合,活动期为8月1日至8月31日。

方便面此番“卷土重来”,也让人发现它的多元吃法。记者在社交平台上看到,不少网友晒出“方便面最佳烹饪指南”。有网友感慨:“外卖方便,

但天天吃也腻,偶尔换换方便面挺省事”“周末懒得做饭,煮一包方便面。现在的口味比小时候丰富多了”“分享一下舌尖上的泡面”……网友还贡献出“炒方便面”“凉拌泡面”等花样吃法。以凉拌泡面为例:先把面放入清水浸泡3分钟,沥干后上锅蒸5分钟,出锅趁热拌一勺食用油,快速把面抖散,再盖盖焖2分钟。冷却后放入碗中,加入胡萝卜丝、白菜丝、黄瓜丝、黄豆芽、小米辣、香菜……网友表示:“最后淋上凉拌汁翻拌均匀,口感Q弹又开胃!”

扬子晚报/紫牛新闻记者 马燕

秋月梨抢“鲜”上市 每斤售价15元左右

处暑刚过,暑气未消,水果店的货架正悄然“换季”。近日,扬子晚报/紫牛新闻记者走访苏州部分水果店发现,圆润饱满的秋月梨已被摆上显眼位置。其凭借肉质细腻、汁水丰沛的特质,成了不少市民的“心头好”,目前市面上销售的秋月梨价格在15元/斤左右。

记者在苏州工业园区一家水果门店内看到,黄澄澄的秋月梨摆放整齐,果形端正,个头饱满。店员李女士一边整理水果,一边热情地向记者介绍:“秋月梨肉质特别细腻,咬开汁水很足。”李女士告诉记者,目前上市的秋月梨属于早熟品种,整体供货量还比较有限。“现在卖15.8元一斤,等到后续大批量上市,价格会跟着市场行情有所回落。”李女士说,“门店目前单日能卖出30多斤秋月梨,大部分都是慕名而来的顾客,预计中秋节前会迎来销售旺季,到时候送礼的人比较多,将迎来销售的高峰。”

顾客周女士正在店内挑选水果,发现了刚上市的秋月梨,她告诉记者,自己平时就爱吃梨,秋月梨水分足、渣少,家里人都爱吃。在不少消费者看来,尝一口时令的秋月梨,成为迎接秋天最朴素的“仪式感”。

如何才能挑选到品质上乘的秋月梨?李女士向记者分享了简单实用的选购小窍门:“不用拆开外面的保鲜包装袋,直接隔着袋子用手轻轻捏一捏果子。如果局部捏上去发软,说明内部已经磕碰受伤;整颗果子手感紧实,没有发软的地方,品质就比较上乘。选购秋月梨,建议优先选择大型商超或是品牌水果店。路边水果摊鱼龙混杂,仿冒货不少。”记者了解到,丰水梨外观和秋月梨长得十分相像,金黄的果皮、圆滚滚的果形很容易让人混淆。市面上不乏商家拿丰水梨冒充价格更高的秋月梨售卖,市民挑选时需多留个心眼,仔细分辨。 实习生 周心语 扬子晚报/紫牛新闻记者 张毕荣

当苏州工业园区开始“谈情说爱”

2425对新人见证半年浪漫 催热甜蜜消费大盘

超级婚纱秀浪漫上演、定制版百喜图婚书见证爱情、短视频大赛为甜蜜故事加冕……8月22日,苏州工业园区李公堤甜蜜街区正式对外发布。

从三月启幕的春日浪漫,到八月盛夏的实体街区落地,以“一生一世 爱满金鸡湖”为核心IP的甜蜜消费热潮,串联起金鸡湖、阳澄湖、独墅湖三湖风光、70余场主题活动,让浪漫从零散的打卡点,沉淀为可逛、可感、可消费的城市日常。 扬子晚报/紫牛新闻见习记者 孙汉仑 张添翼

浪漫的“三点水”真的有三湖

做浪漫经济,苏州工业园区有天然的禀赋。13.14公里的环金鸡湖步道,原本只是一项市政测绘数据,如今被赋予“一生一世”的浪漫寓意,成为全城青年的约会动线。

在这里,聚集的是海归科学家、生物医药研发人员、算法工程师等高知群体。高密度的青年人才,决定了这里的城市逻辑,是“科产城人”融合发展。

“我们围绕‘一生一世 爱满金鸡湖’城市IP,创新打造甜蜜经济消费链条,形成了以市场化为导向、以产品为核心、以甜蜜体验为价值取向的商业模式。”苏州工业园区宣传部副部长、文体旅游局局长殷卫东表示。

今年春天启动的甜蜜消费季,正是把散落的浪漫资源串珠成链。依托三湖联动的空间格局,五大甜蜜艺术装置沿湖铺陈,三湖婚拍友好驿站建成投用,“甜蜜号”游艇、水陆婚拍、苏州之眼太空舱求婚等特色产品陆续上线。从520领证礼遇、七夕湖畔音乐会到全民短视频征集,70余场活动贯穿春夏,浪漫不再是单点风景,而是融入四季的城市日常。

听世界在这里说“我爱你”

园区的浪漫,最先被年轻人接住。

由园区网信办主办的“爱满金鸡湖”短视频大赛自4月开赛以来,掀起全民共创热潮,累计收获737件原创作品,全网话题播放量突破5000万,4次登上本地热搜榜前列。

抖音博主吕文轩和伴侣在苏州大学相识,从本科到研究生,金鸡湖装下了他们整个青春的爱恋。“这里是我们爱情萌芽的地方。”她说,每逢纪念日、七夕、情人节,园区都是二人约会的首选地。这次参赛,他们重走当年的打卡点位,把六年的爱情足迹剪进视频,作品点赞量突破一万。两人早已计划好,未来领证也要选在这里,让园区继续见证往后的幸福。

不止本地青年,跨越国界的爱意也在此扎根。中国小伙吴晟和俄罗斯籍妻子定居园区半年,特意在李公堤甜蜜街区发布当天前来打卡,在满墙文字里找到了俄语版的“我爱你”,借来自世界各地的告白定格新婚纪念。在他们看来,园区整洁宜居、治安安心,开放包容的气质让妻子很快适应了本地生活,没有陌生的疏离感。

好日子,是“我愿意”的底气

记者了解到,甜蜜消费季启动以来,园区两处婚姻登记载体累计服务新人2425对;其中涉外结婚登记62对,同比增长29%,数量居苏州全市第一。

领证的“流量”正在转化为消费的“留量”。殷卫东介绍,依托惠游园区、数字金鸡湖等平台发放的消费券,撬动比达到1比12,直接带动餐饮、住宿、婚庆等关联业态升温。园区成立甜蜜经济产业服务联盟,集聚50余家产业链主体,构建多元化甜蜜消费生态,通过资源共享、协同共建,持续放大“一生一世 爱满金鸡湖”IP影响力。

浪漫的触角还延伸到了民生服务深处,领证不再只是盖一个章,而是一整套有温度的人生服务。

据悉,消费季期间园区推出“幸福启航·新家养成计划”,把结婚落户、贷款购房、新生儿服务等“人生大事”打包集成办理;“社工+义工+心理咨询师+律师+家庭教育指导员”组成的志愿服务队伍,为新人提供婚前辅导、婚姻家庭咨询,今年以来已累计服务超2500人次。

从产业高地到浪漫之城,这场持续半年的甜蜜消费季,是一场面向未来的城市品牌深耕。当工业园区开始用浪漫留住人、用温度聚人心,硬核的产业土壤之上,正生长出柔软而持久的城市吸引力。



爱满金鸡湖装置



新人打卡



天幕告白



甜蜜婚拍