

新商业革命

合肥商圈坐标“位移”线路图

详见 A02

9月8日上午10点多,公交车到达长江中路的三里庵BRT站台,10分钟里,这里共停靠19辆往返公交车,粗略算算,运送此处过往的有500人次。

在人流背后的是商圈磁铁般的吸引力。这是2003年后伴随着家乐福在合肥的出现而崛起的“二代商圈”,要问起“一代商圈”,无疑就是从上世纪中后期便开始酝酿成形的四牌楼传统核心商圈。此外,更多的三代、四代商圈也在不断地像春笋一样长大,从“一极”蔓延到“遍地开花”,合肥商业愈发呈现出风起云涌般的“革命性洗礼”。

鸟瞰合肥商圈版图的坐标“位移”路线,一座城市的商业版图也随之浮出水面。方宝庆,上海交通大学中国商业发展研究所教授,曾多次参与合肥城市规划建议。其对合肥商业发展就做过一个粗略统计,合肥目前已经至少盘踞着25个大型商业地产项目,它们对整个城市商业经济的带动性会越来越多地体现。

显然,伴随着这场在合肥悄然发生的“新商业革命”,从万达、银泰、世纪金源这些商业“大鳄”,到路易斯威登、古琦、巴宝莉、万宝龙等顶级品牌的登陆,甚至到马克西姆餐厅、俏江南、燕翅鲍等一线餐饮品牌进入合肥,城市的魅力愈发彰显。

在如此充满硝烟的商业“战国”年代里,每个商圈又如何真正找到自己的坐标系?

宛月琴/文



十年碧波成一蟹 真品阳澄湖蟹来

——专访苏州阳澄湖大闸蟹行业协会副会长张全根



晶莹洁白;三是黄毛,脚毛长黄挺拔;四是金爪,阳澄湖蟹爪金黄挺有力,放在玻璃上能八足挺立,双螯腾空。

张全根如数家珍,娓娓道来,有着工程师一样的精密描述和艺术家一样的审美情趣。但对于普通消费者来说,这样的鉴定标准还是有些模糊。张全根说,除了认清苏州市阳澄湖大闸蟹行业协会统一店招、专印牌、编号和防伪扣,通过上网或者发短信搜索到以外,认品牌也是一个好办法,也是最简单有效的办法。

张全根是阳澄湖渔业世家,1996年开始养蟹,2002年创立碧波牌阳澄湖大闸蟹品牌,是阳澄湖大闸蟹协会中最早的品牌大闸蟹之一,2004年三湖大闸蟹公司成立,随后进军北京,开办了京城的第一家阳澄湖大闸蟹专卖店,后又在亚运村,东城区,乃至全国开设碧波专卖店。

“开专卖店并不是一帆风顺的。一些混水摸鱼的品牌会干扰市场秩序”张全根

回忆道,“消费者是聪明的,可能会被误导一时,但不可能误导一世。你如果只想着蒙消费者,倒霉的最终还是自己。”公司通过“假一赔十”等保障措施诚信经营,逐步形成了倍受赞誉的“蟹王”风范,十年碧波成一蟹,公司产值从第一年不足500万元到现在的超过5000万元。

张全根说,受到阳澄湖面的限制,要保证品质,碧波牌阳澄湖大闸蟹的产量就不可能无限制提升。多年来公司致力北京、上海、香港三个大闸蟹的高端消费市场,即便自己是阳澄湖区最大的大闸蟹养殖户也没办法满足所有老客户的要求。

宁要品质,不要没有质量的规模。经过多年的诚信经营和品牌积累,公司赢得了诸多荣誉,享受中华人民共和国原产地域保护,AAA级信用企业。作为苏州市阳澄湖大闸蟹行业协会副会长单位,苏州市相城区阳澄湖大闸蟹商会副会长单位,三湖大闸蟹公司是行业内唯一的一家双副会

长单位,碧波牌大闸蟹是“江苏省名牌产品”,“苏州市名牌产品”,“江苏省质量信得过产品”,阳澄湖大闸蟹协会中唯一的“三冠王”。

阳澄湖一日游,饕餮宴岂能不吃美味的螃蟹?张牙舞爪的大号螃蟹端上来了,张全根一边招呼我们快点动手,一边有些遗憾道,“再迟十来天蟹黄就更美了。但真要等到那一天,恐怕就是在我的湖边也未必能吃到——都被抢光了!”不过幸运的是,碧波牌阳澄湖大闸蟹专卖店登陆合肥,位于青阳北路(合肥市体育运动学校对面),咨询请拨打0551-5181481。



老饕们的胃口装着生物钟呢。秋风一起,菊花一绽,谁不想来上一只正宗的阳澄湖大闸蟹,蘸着姜醋,或大快朵颐,或学古人“左手持螯,右手持杯”弄点小情调?只是从餐馆到菜场,只要有一对蟹八只腿,横着走的,没有不自封为阳澄湖大闸蟹的。别看他们都穿着阳澄湖的马甲,其中不少是阳澄湖“短训班”里出来的洗澡蟹,过水蟹——这早已不是什么秘密了。同样是螃蟹,因为品种和生长环境的差异,其品质味道差异之大堪比鱼目与珍珠。

其实,辨别正宗的大闸蟹并不难。

微风袭来,水波不兴。开阔秀美的阳澄湖正孕育着一个丰收的节日。周末,笔者在苏州阳澄湖三湖大闸蟹有限公司总经理张全根陪同下,体验难得的“农家螃蟹乐”。

张全根从自家湖里捉上一只拳头大小的螃蟹,指点着阳澄湖大闸蟹与众不同的四大特点:一是青背,阳澄湖蟹壳呈青灰色,平滑而有光泽;二是白肚,贴泥的脐腹,

