

封海已经一个月,旅游旺季激活市场

梭子蟹价格升,淡水鱼销量涨

本报6月30日讯(记者 彭彦伟) 现在封海休渔已经一个月了。6月30日记者了解到,旅游旺季即将到来,海鲜需求量增加,而且价格都有所上涨,其中梭子蟹价格已经翻番,而部分淡水鱼价格,销量也有所上涨。

6月30日上午10点,记者来到日照石臼海鲜市场,由于正值周末时间,市场上人比较多。商贩申先生正收拾着货

物。“现在销量明显比之前好一些,游客多了销量就好。”申先生说。

随着销量增加,封海的影响也越来越明显,据申先生介绍,现在5斤以上的鲈鱼已由每斤25元涨到了30元。像香螺之类的贝壳类海鲜平均价格也上涨到每斤53元左右。而涨价最快的要数梭子蟹,半斤左右的母梭子蟹现在价格在每斤150元以上,“半斤重的之

前只要80元左右,现在一斤重的单价在200元左右。”一海鲜老板说。

“养殖的黄花鱼涨价很多,之前卖14多元一斤,现在要20元左右。”申先生说。此外,记者了解到,淡水鱼类的销量明显上涨,价格也水涨船高。其中草鱼和鲫鱼都由之前的每斤8元左右,涨到现在的9元多。

据了解,虽然从六月一日

开始封海,但对日照海鲜市场影响并不是非常明显,但随着旅游旺季的到来,饭店需求量会增加。

“海鲜销售七八月份才算是高峰,那时候价格上涨就会很明显。”一海鲜商贩说。

另外,这位商贩还建议,市民最好早上早晨7点左右去买海鲜,“如果时间太晚好一点的货物都被挑走,而且也不会很新鲜。”

◎庆七一



6月28日晚,由东港区委组织部、东港区委宣传部主办,东港区直机关工委、东港区文体新局承办的东港区庆祝中国共产党成立九十二周年文艺晚会在区政府广场举行。晚会现场表演了歌舞《中国美》、经典诵读《中国梦,我的梦》、独唱《最美的赞歌献给党》、歌伴舞《走向和谐盛世》等节目。

本报记者 刘涛 通讯员 焦淑娟 摄

山东新贵科技举办原浆啤酒鉴定会

9位专家一致认定国内首创

本报6月30日讯(记者 张永斌) 原浆啤酒非常娇贵,由于保鲜等问题,一直未能全面推上市场。日照一公司解决了这一难题,使原浆啤酒的保险安全时间由8小时延长到了30天,为啤酒消费市场开发了一种新的消费模式。

6月30日,山东新贵科技股份有限公司产品举办鉴定会,中国酒业协会技术委员会组织有关专家进行了鉴定。委员会一致认为,该公司的成果在鲜(生)啤酒保鲜销售装备及技术开发方面具有较高的创新价值。

在鉴定会上,新贵科技董事长郭方泉介绍,此次鉴定的产品项目是“基于现代物流技术的啤酒原浆保鲜配送与终端销售设备”,该项目在技术上攻克了原浆啤酒在常温下保质、保期、保鲜技术难关,保证了原浆啤酒储运、销售全过程的监控管理,避免出现混加、掺假、污染的风险。“这样,原浆啤酒的保鲜安全时间由原来的8小时延长到30天以上。”

“该设备的应用将省去啤酒生产过程中自灌装以后的所有工作,显著减低了啤酒生产、流动和存储过程的生产资料消耗,对啤酒生产行业节约能源、减少排放产生重大效果。”郭方泉说。

6月30日下午,在山东新贵科技股份有限公司的车间里,车载



新贵科技负责人向相关专家介绍他们的新设备。
本报记者 张永斌 摄

智能啤酒保鲜运输设备整装待发,终端销售设备整齐摆放。工作人员熟练地操控着集成控制服务平台。

鉴定委员会听取了项目完成单位相关报告,审查了有关技术资料,并进行了质询及现场考察。专家们认为,新贵公司提供的鉴定资料齐全、完整、规范,符合鉴定要求,产品设计、生产标准体系完善,生产管理规范,并具有自主知识产权,符合批量生产要求。该成果还继承了GPS定位、全程冷链密闭输

送系统、微控制器温度压力控制以及远程三级监控平台等诸多现代高新技术。

“该成果在鲜(生)啤酒保鲜销售装备及技术开发方面具有较高的价值,为啤酒消费市场开发了一种新的消费模式,为国内首创。”一位专家说。

据介绍,此次与会专家包括中国食品发酵工业研究院副院长张五九、广州珠江啤酒集团总工程师李惠萍、江南大学教授陆健等9人。



6月28日,在中国共产党92岁生日之际,武警日照边防支队组织全支队新党员在支队会议室进行了入党宣誓仪式。

宣誓仪式结束后,新党员表示,他们将牢固树立“一个党员一面旗”意识,以实际行动诠释全心全意为人民服务的宗旨。

本报记者 杜光鹏 摄



6月28日,由日照市检察院与日照市摄影家协会共同举办的庆“七·一”摄影名家艺术精品邀请展在日照市检察院开展。

这次展览是日照市检察院为深入贯彻落实党的十八大精神,喜迎中国共产党建党九十二周年举行的一次重要文化活动。共邀请到日照市摄影名家40余人,展出优秀摄影作品70余幅。

记者 王裕奎 通讯员 王飞 摄



第四届中国日照绿茶节

筹备工作顺利推进 招商活动接近尾声

根据市委市政府的工作部署,绿茶节组委会对第四届中国日照绿茶节前期筹备工作进行了认真准备,氛围营造、招商招展、采购商邀请、展馆设计等各方面工作进展顺利。

本届绿茶节由山东省贸促会、日照市人民政府主办,市贸促会、农业局、文广新局、旅游局、质监局、茶业商会承办,中国贸促会、中国茶叶流通协会、中国茶叶研究所为支持单位,定于7月12日-14日在日照市会展中心举办。主题是“生态、优质、健康”,主要内容有开幕式、茶业博览会、名茶推介会、研讨会、炒茶表演、茶乡之旅、单车骑行等十余项活动。

本届绿茶节本着“勤俭节约、注重实效”的原则,突出以下几个特点:

1、突出文化特色,加强群众参与。我们在吸收前几届成功经验的基础上,新增加了“品味日照绿茶”茶文化主题展、茶歌茶舞茶艺邀请赛、“说出你的茶缘”绿茶

节专题征文大赛、日照名茶推介会、做大做强“日照绿茶”品牌研讨会等群众参与性强的活动内容,旨在通过挖掘、宣传企业茶文化来提升日照茶企和日照绿茶的品牌影响力。

2、采用政府扶持和市场化运作相结合的办会方式。日照绿茶节经过前三届的培育,已经初具规模和社会影响力,进入相对成熟的阶段。为提高绿茶节的专业性和生命力,减轻市财政负担,我们今年将绿茶节中的展览业务推向市场,由专业展览公司进行运作,以期达到节约政府开支和培育日照会展企业发展的双赢效果。

3、着力宣传,营造氛围,提升展会影响力。针对今年加大市场化运作的特点,我们把主要资金、精力和工作重点放在宣传上,通过平面媒体、立体媒体多维度多层次全方位的视听广告,对绿茶节这个节会品牌和日照绿茶品牌进行深入广泛的宣传,来提升日

照绿茶节品牌影响力,吸引更多的专业采购商前来参会,扩大绿茶节的实效。

4、注重展会实效,加大对采购商的邀请力度。为了让参展商取得好的参展成效,举办方在专业观众的组织和采购商的邀请方面采取了务实有效的措施。一方面与旅行社签订协议,绿茶节期间由旅行社每天组织20-30辆旅游大巴到现场参观采购,保证每天到会的外地游客在千人以上;另一方面,通过为专业采购商提供免费住宿等政策,鼓励更多的采购商前来参会采购。

目前,宣传工作已经全面铺开。本届绿茶节的宣传工作从3月份开始启动,通过多种媒体大面积、长时间进行宣传。一是网络宣传。先后在中国茶网、中国茶业信息网上做了日照绿茶节专题广告,在齐鲁网日照频道开通了绿茶节专题栏目,同时开通了绿茶节官方网站和官方微博。对本届绿茶节举办时间、地点、内容、特

点、亮点等进行全方位的宣传。二是报刊宣传。齐鲁晚报、日照日报等都第一时间对本届绿茶节将要举办的情况进行了重点报道。节前一个月,我们在日照日报设立了绿茶节倒计时提醒栏目。三是电视宣传。我们在山东电视台公共新闻频道收视率最高的节目之一天气预报进行广告宣传;在日照电视台《社会零距离》栏目黄金时段,有线电视广告,进行一个月的广告宣传,同时,为提升茶企形象,吸引企业参展,我们与广播电视台合作,把所有日照参展企业在日照电视台《魅力日照》栏目进行企业风采展播。四是户外广告宣传。在北京路某些路段设立了道旗广告80余面,在烟台路、泰安路等做了道路中央护栏广告200余块,在火车站出站口制作了大型广告牌,在济南茶叶市场制作了日照绿茶节大型广告牌。五是车载媒体广告宣传。今年绿茶节首次启动了出租车LED广告、公交车媒体广告等宣传方式,全

市1000辆出租车,200余量公交车都开始滚动播出绿茶节广告。六是海报宣传。随着时间的临近,我们将通过门票发放、海报张贴、短信通知、电子屏广告等宣传手段也将逐步跟进,力争通过全方位立体式的宣传营造一个浓厚的节会氛围,提升人气和实效。

招商工作接近尾声。招商方面我们主动出击,抽调专人靠上招商。春节刚过就到我市重点茶企进行广泛走访,同时到潍坊、济南、青岛、烟台、淄博等周边茶叶市场进行招商推介,并到潍坊茶博会、济南茶博会、青岛茶博会、石家庄茶博会等展会现场进行招商。组委会为参展企业邀请来的外地重要采购商免费提供一个标间住宿和一次宴请接待等等。截止6月27日,特展位基本预定完毕,标准展位仅剩10几个展位。另外,组委会还与旅行社签订协议,绿茶节期间由旅行社每天组织20-30辆旅游大巴到现场参观采购。