

下沙街道“十道特色风味,我为下沙代言”启动征集

# 谁能成为下沙特色菜的代表 现在请你来推荐

本报记者 蔡杨洋

美食是地方风土人情的展示。一方水土养一方人,他们用对食材的理解,通过煎、炒、蒸、炖、炸烹饪出一道道传统美食。

现在的我们很幸运,在家门口就能尝遍来自天南地北的食物。不过,当味蕾在麻辣川味、日韩料理、美式快餐中几番体验后,往往会倍加想念家常菜自然而亲切的口味。对江苏人来说,这道菜可能是狮子头;对绍兴人来说,可能是醉鸡;对宁波人来说,可能是水磨年糕……

对下沙人来说,这道菜会是什么呢?

现在就来寻找吧。为了挖掘下沙地道美食,营造浓厚的文化氛围,“十道特色风味,我为下沙代言”活动正式启动征集。该活动由下沙街道、今日下沙主办,下沙街道文化站、食安办以及下沙发布协办。

## 哪道菜能为下沙代言? 请你来推荐

“十道特色风味,我为下沙代言”活动,是一趟探寻地道美食之旅。活动共有两项内容——评选出“十大最具下沙特色菜肴”以及“十大最具人气餐馆”。

什么样的特色菜,可以成为下沙的代言者呢?

它可以是取食材于本土、能体现下沙本土特色的菜肴;它可以是老底下沙人饭桌上的常客,风味独特、富有营养;它可以是年夜饭、婚宴上的必备菜肴,蕴涵着这里的民俗风情……总之,这道菜要在健康、绿色的前提下,拥有足够的

下沙元素、具有代表性。

另外,本次活动还同步开展人气餐馆评选。大家可以推荐在下沙街道辖区范围内经营、拥有长期经营证照的餐饮店。餐饮店也可以自荐。

怎么推荐或自荐?关注“下沙发布”微信公众号,发送关键词“下沙特色菜”,点击链接进入推荐页面,填写相关信息即可。

值得注意的是,推荐特色菜的时候,需要说明这道菜能代言下沙的原因,并附上菜品照片;推荐餐饮店的时候,需要写清楚餐饮店的名称、地址等信息。

## 推荐菜品赢取礼品,还能参与“饕餮之夜”晚会

“十道特色风味,我为下沙代言”活动,共分为征集、评选和饕餮盛宴三个阶段。

即日起至11月20日为征集阶段,居民和餐馆都可以向本报推荐特色菜肴。下沙街道辖区范围内符合要求的餐饮店,可以自荐参加人气餐馆评选。

评选阶段由网络评选和专家组评分两个环节组成,将从候选菜品、候选餐饮店中选出TOP10,分别成为“十大最具下沙特色菜肴”以及“十大最具人气餐馆”。

饕餮之夜,是本次活动的主打。到时,活动将举行颁奖仪式,并邀请“十大最具下沙特色菜肴”的推荐人、热心读者一同享用评选产生的十道特色佳肴。

赶紧推荐下沙特色菜吧。参与活动的读者有机会赢取分量足足的“饭票”,在下沙免费品尝美食。

当然,如果你所推荐的菜品最终入选为“十大最具下沙特色菜肴”,你不仅能赢取精美大礼,还能得到参与饕餮之夜晚会活动的门票哦。

## 推销上门的产品,千万不要轻易购买

前几天,本报报道了居民因轻信推销员而购买三瓶来路不明清洁剂的事情。类似的事,在下沙铭都雅苑小区重新上演。幸运的是,事情被巡防队员发现、制止,受骗居民也成功退了货。

前天上午,当时,下沙社区巡防队员丁国平和同事正在小区巡逻,发现两个拎着帆布袋的年轻女子在小区里东张西望。“年纪蛮轻的,看到有居民路过就走过去问,还从袋子里拿东西出来。”丁国平描述说。

有着多年巡防工作经验的丁国平觉得可疑,连忙走过去询问。原来,两名女子正在向居民推销杀虫、灭蟑螂药水。她们手提着的袋子里,装着一支支外包装如牙膏的药水,价格是两支99元。“包装袋上就写了‘杀虫、杀蟑螂’等字,但没有任何商标,都不知道什么成分、有没有毒。”丁

国平说,遇到她们的时候,已经有四五户居民购买了这种产品。

据了解,她们不仅在小区兜售来路不明的杀虫药,而且还上门推销——先声称是卫生站或防疫站派来消杀蟑螂的,并在居民还不明状况的时候强行拆开药物,售卖出去。

经过协商,购买杀虫剂的居民立即到现场来退了货。“我们也在居民微信群里说了这件事,提醒居民下次不要轻易购买来路不明的产品。”丁国平说,接下来,巡防队开展巡查时也会更加注意这类问题。

这里要提醒居民一句,遇到上门推销的情况,要提高警惕,不要轻易购买。如果家里有蟑螂,可以到小区物业领取蟑螂药。

本报记者 蔡杨洋 通讯员 周芳芳

## 杭州慧聚 获得“浙江好项目” 杭州赛区二等奖

前天下午,由浙江省经济和信息化委员会、杭州市经济和信息化委员会指导,浙江省中小企业公共服务平台、杭州市中小企业服务中心主办的杭州市中小企业服务创新峰会暨优秀服务机构展示交流会召开。

在“大众创业,万众创新”的浪潮引领下,为了更好地甄选出优秀的好项目加以扶持,今年4月,省经信委、省财政厅联合省级相关部门在全省范围内组织开展了“浙江好项目2016浙江省中小微企业创新创业大赛”活动。5月,杭州市中小企业服务中心与省中小企业公共服务平台联合组织开展了“浙江好项目导师来了”创新创业大赛杭州赛区项目路演海选赛,共举办了九场路演活动,超过250个项目报名参加。

在经过层层筛选后,30余个富有新意、各具特色的“浙江好项目”成功入围,最终20个项目脱颖而出,它们涵盖了机器人与智能装备,新能源与节能环保装备,通信网络与智能终端,物联网、云计算、大数据和工业软件,生物医药和高性能医疗器械,新材料等多个领域。

最后“浙江好项目”杭州20强中,决出了一个一等奖,三个二等奖以及六个三等奖。下沙的杭州慧聚品牌管理有限公司在众多企业当中脱颖而出获得了二等奖。

慧聚总经理杜彬收到这个消息很惊喜,他们参赛的项目叫做“汇聚特购品牌设计孵化平台”。

“网红经济”在眼下还是一片蓝海。从去年底,慧聚就和其他公司合作,利用豆瓣网鼻祖南笙、奇葩说樊野、网络人气作家仲尼、明星莫小棋的人气效应对接优质产品供应商,利用名人效应销售产品及衍生品。未来还将在影视文化IP衍生品品牌、时尚潮流文化IP品牌领域继续突破。而这个“汇聚特购品牌设计孵化平台”就是在这个领域做文章。

慧聚是下沙一家老牌的品牌整案设计机构。曾经为60多个转型品牌、20余个行业领导品牌、20多个上市公司或集团公司提供过系统性品牌服务,其中包括阿里巴巴、印象西湖、江南会、中粮集团、横店集团、百联奥特莱斯等知名企业。因此,有很丰富的品牌运营经验,在发展过程中也对接过很多生产制造商。

于是,在“网红时代”,他们就想整合手头资源,做一些新的尝试。“我觉得评委之所以看好我们,一是‘网红经济’还很新,二是我们已经有成熟的运营和发展能力。”在峰会现场观看的慧聚员工潘文说。

现在他们手头已经有10多个项目在运营。在即将到来的双十一,他们也策划了好几次红人淘宝直播。

此次获得二等奖,对于他们的项目融资,寻找新的伙伴有很大的利好。在活动结束后,就有一些投资人主动找上他们。

本报记者 林雨晨