

管窥上海(98)

老牌西点“凯司令”

管天瑞 文/摄



上海人喜欢甜腻的口感,是大家都知道的。在饭桌上,浓油赤酱的本帮菜,可以满足他们对于甜腻的追求,而到了茶余饭后之时,西点蛋糕是上海人生活中必不可缺的。上海人特别爱吃西点,对各式各样面包、蛋糕的喜爱是海派饮食的传统,红宝石、老大昌、凯司令等名字在上海人心中的地位,要比现在的网红新贵“鲍师傅”要高上不少。

凯司令是上海西点业中久负盛名的“中华老字号”品牌,它的西点现在仍然保留着老上海的味

道。八十多年来,凯司令从刚开始的一间小餐馆,逐渐发展成为西点、西餐食品公司,虽说历经沧桑,但也屡创辉煌。七八十年代的鼎盛时期,凯司令在上海人心目中曾一度成为了品味和浪漫的代名词,那时候能到凯司令买个点心,是一件时髦的事情,也是身份的象征。到如今,凯司令传承近百年而不倒,论起老上海西点的头把交椅,它若是排第二,怕是没有人敢称第一。

驻足于南京西路的凯司令总店内,各式西点琳琅满目,工艺精湛细腻,造型亮丽多采,色泽雅而不俗,令人流连忘返。其中,最出名的莫过于白脱栗子蛋糕。初次听闻这个名字时,我曾纳闷了一段时间,以为所谓的“白脱”是类似于脱脂牛奶这种感觉,后来才明白“白脱”其实只是英文butter的音译,也就是我们常说的黄油。不像其他地方的栗子蛋糕不过是奶油上点缀一些栗蓉而已,凯司令的栗子蛋糕十分地道,他们将炒熟的栗子去壳剥肉,加糖研磨做成栗蓉,再在栗蓉外裱上厚厚的白脱鲜奶,模样虽简单,但吃起来香甜醇厚。

外层的白脱入口即化,咀嚼几口后满满的栗蓉淡香在口腔中弥散开来,细腻绵长,讨人喜欢。

除去栗子蛋糕,凯司令还有着诸多看家名点:软牛利、维纳斯饼干、搅奶油等。这些西点的吃起来甜而不腻,带着精致感。我最喜爱软牛利的口感,它外表看起来像面包,但吃起来却是酥松,一口咬下去后才会发现它小巧的外表下,满满夹着一大团新西兰奶油。虽然说表皮上洒满了细细的糖霜,但吃起来感觉不到腻,整体点到即止,显得恰到好处。只要是来凯司令,栗子蛋糕与软牛利这两样西点我是一定会买的,无论用文字如何如何描述,其中味道,唯有亲口尝后才能明白。

和很多“老字号”一样,凯司令仍然保留着老上海的味道,栗子蛋糕等西点被人们推崇为经典,至今依旧是几代上海人童年的难忘记忆。



接轨上海

海盐县核电关联产业接轨上海成效明显

近日,海盐核电关联骨干企业嘉兴国之光核照明科技有限公司与中广核工程设计院上海分院关于核电用LED灯具联合研发项目在上海紫竹国家高新区成功签约。中广核工程设计院上海分院院长刘全忠、副院长季程煜,上海市核电办、海盐县核电办、海盐县开发区、国之光核照明科技公司领导出席

项目签约仪式。这是海盐核电关联企业首次牵手中广核工程设计院联合研发核电产品。近年来,海盐核电关联企业通过与上海核电产业开展紧密对接、联合培训、共同外出考察等协同联动方式,企业转型升级效果明显,产品性能稳步提升,成功打开核电之门,产品从外围慢慢走向核心,从配件走到了整机。

七星街道参加南湖新歌声获银奖

近日,七星街道五位歌唱爱好者参加了南湖新区第六届城乡文体十大联赛之“南湖新歌声”暨第五届“家有好声音”群众演唱大赛,并获得了银奖。

本次比赛通过独唱和小组唱两种形式进行比赛,七星街道前期广罗人才,最终挑选出张嘉纯

担任独唱担当,并由梁宇超、杨勤忠、吴佳好、何婧四人共同完成小组唱。比赛当天,张嘉纯一首《日月凌空》展现了她不凡的歌唱实力,小组唱四人更是用一首《相亲相爱》表达了对美好生活的赞颂和对歌唱的喜爱。

注意到其它乡镇街道参赛选手,大多是音乐老师及专业科班学生,他们在舞台上展现了精彩的专业技能,同台竞技,但街道的歌唱爱好者们也没有畏惧,充分享受了舞台,展现了自我,展示了七星歌唱爱好者的风采。 何婧/文

阿奴平湖宁38

马方杰:80后在宁波创业的一匹黑马



宁波是全国历史文化名城,是浙江的三大经济中心之一,山清水秀、文化荟萃,也是一片创业的热土,在这里也汇聚着众多平湖游子,浸润着书同故里乡情,马方杰就是其中一个。

马方杰出生于1981年,是个十足的80后创业青年,他是平湖城关镇人,大学选择在宁波读的

日语专业。毕业时,家里给他的规划便是:要么出国,要么回到平湖工作和考公务员,然而性格外向的他想自己创业,白手起家。于是2005年大学毕业的他为自己设定了五年计划,如果没有成就就按照父母的想法去做。

先从基层锻炼,第一份工作,他选择了房地产销售,因为他觉得可以接触到各式各样的人,可以快速累积人脉,于是他进入了宁波置业分公司,开始了八年的学习工作,为自己以后的创业打基础。

“周末休闲人群变多,户外休闲用品是以后的趋势!”2014年觉得时机已经成熟的他,毅然离开,并开设了浙江康玛休闲用品有限公司,经营速开产品户外帐篷以及户外玩具,准确的产品定位高端人群,使他成为了市场新宠,成为了杀出来的“黑马”,目前主要市场是美国和日本的大型超市。

“要做出made in 日本的品质,made in 中国的价格”去日本调研时,马方杰发现日本制造、越南制造的市场的劳动力与中国的差距很大,他指出,中国的老板的意识薄弱,容易被客人压价牵着走,导致了品质下降,如此变成了恶性循环。

马方杰记忆深刻的一次,便是与日本开展的第一次产品订单,结果被退回了好多集装箱,日方

严谨的态度,让他受益良多,从此他下定决心一定要做好产品。如今,他的产品在国外基本没有投诉,已经形成了市场的良性循环,目前,休闲用品需求订单也以每年百分之三十的速度在增加,对于未来发展,他说道:“我们选择不走传统的盲目扩张,选择走精品路线。”

2016,房地产风起云涌的这一年,曾经做了八年房地产销售的马方杰,再次将目光回到房地产行业,这次,他选择了投资二手土地,并成立了宁波康玛投资有限公司。此外还涉及了房地产的精装修,他选择了作为中国建筑装饰行业的一线高端品牌的亚厦股份为平台,加盟了旗下品牌“蘑菇加”的宁波运营站。

“因为平时忙碌的工作,导致对家庭、亲子活动参与的少,目前家庭主要由妻子负责。”这一点让马方杰一直深感内疚。目前,父母也都住在平湖,一年大概回去四五次,马方杰表示以后将会花更多的时间去陪伴家人。



阿奴平湖宁公众号二维码