

快! 贵州蕨菜采摘后最快48小时上餐桌  
鲜! 天目山雷笋马不停蹄做成预制菜

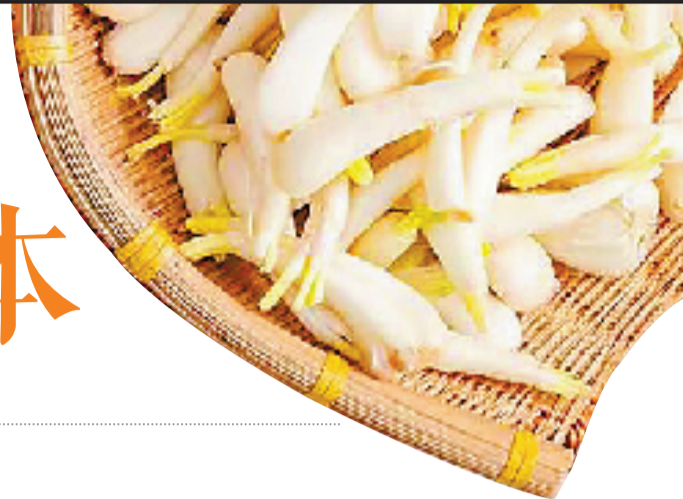
# 今年春菜上线 新版本

本报记者 鲁佳 祝瑶 王燕平

又是一年尝春季。

春光还未灿烂,但杭州人的餐桌上,已经有了“新款”春菜的身影。

随着生鲜电商、社区生鲜超市的崛起,马大嫂们除了逛菜场,也有了更多的选购途径。春鲜的打开方式也有变化——藟(jiào)头、面条菜、蕨菜等小众地域性的春菜新品满足了吃货们的新鲜感,腌笃鲜、春笋炒腊肉、香椿苗拌桃仁、油炸蒲公英菜团子等预制春菜也来了。



## 一两多香椿头卖到20元 菜贩一天能卖近千元

在杭州屏风街农贸市场,记者发现卖时令春菜的摊位还不多。“马兰头15元一斤。”听老板娘说,现在一天可以卖十多斤。

另一个摊位前,荠菜卖15元一斤,一天销量十来斤。“等过几天天气热了,量上来了,价格就下来了。”摊主说。

浙江凤起农贸市场的蔬菜摊位,卖春菜的摊位比较多,品种有香椿头、豌豆头、马兰头、荠菜等。“香椿头一把20元,一两多吧。”老板娘说,现在一天可以卖五六斤,“现在是最好吃的时候,等过段时间便宜下来就不好吃了。”

明康汇白鹭郡店店长告诉记者,春菜现在主要以预订为主,店里现卖的数量有限。“现在春菜还没大量上市,都比较贵。”店长说,“如果要买的话,现在可以预订周六的春菜。”目前的预订价格是:马兰头9.39元一斤,荠菜11.89元一斤,都比农贸市场要便宜些,草头11.69元一斤。

## 藟头、面条菜、玉兰菜 小众春菜的“春天”来了

今年,不少想尝鲜的浙江人在生鲜平台上发现了春菜中的“新面孔”——标注要蒸着吃的面条菜。有人买回去,还特地上社交网站查询做法,第一次尝鲜;有的浙漂人士表示这是老家才能吃到的菜,赶紧下单回家做馍馍吃。

叮咚买菜春菜项目负责人苗泽涛介绍,面条菜学名麦瓶草,是主要产自我国北方地区的一种野菜,在江浙并不常见。今年,叮咚是与山东潍坊的直采基地提前半年做好了规划和准备,才实现开春即在江浙地区上架售卖。

另外一个新品——来自贵州赤水的野生蕨菜,其爽脆的口感和独特的香气也让不少吃货惊艳了一把。此前受制于保鲜及物流的影响,产自深山的蕨菜大部分都运不出山,主要被做成干货或者厥粉。但现在,农户每天采摘新鲜蕨菜后,当天加冰块保鲜空运,最快48小时就能送到吃货们的手中。

此外,还有甘肃武威的沙葱、云南香格里拉的莴笋尖、贵州遵义的藟头……这些具有产地特色和独特口感的小众春菜,在以往,不仅是季节限定,也是区域限定。而现在,正逐步从小众走向大众。

拼多多最近也上线了香椿、春笋、芦蒿、荠菜等多种特色春菜。“我们来自云南、四川、陕西、山东等产区严选近30种新鲜春菜,借助产地直发等



农贸市场里的各色春菜

优势,让更多人在这里实现春菜自由,不会错过春天的第一口鲜。”拼多多相关负责人表示。此外,冰草、田七菜、刺嫩芽等野菜也在拼多多平台迎来热销。还有商家已开启预售榆树钱、金雀花、蚕豆等春季中末期的春菜。

## 香椿、春笋、鲟鱼 新品预制菜“锁”住春鲜

春节刚过,盒马工坊采购冯娟就开始筹备上新。临安当地的天目山雷笋采收后,被用来加工成腌笃鲜。因为鲜雷笋很难保存,鲜笋采收后24小时内就去皮、切块,随后由冷链配送到工厂,被制成预制菜后,再由冷链运输到全国300多家盒马门店。

冯娟告诉记者,做预制春菜是个全新挑战,为了腌笃鲜这一道菜,需要启用6家分处各地的工厂,每条产线都是“严阵以待”。“今年,盒马的近40道预制春菜,几乎都是这样赶出来的。”盒马预制菜负责人陈慧芳表示,今年春季季,盒马推出了“咬春八鲜”系列商品,围绕着春笋、樱花等8种时令食材,不仅上架了丰富的时鲜,还把它们做成了不同的预制菜,让消费者将春日特色一步到“胃”。

钱江晚报记者了解到,从2月中旬到4月,盒马将有近40款预制春菜上新,除了用香椿、春笋等时蔬做成的预制菜外,鲟鱼也首次以预制菜的形态“游”到全国。

有业内人士表示,利用互联网的优势,预制菜迅速赢得年轻人的喜爱。不过,面对广大还未被满足的新兴消费者,预制菜亟须更广阔的平台,去深入了解消费者行为,探索试验新品。

## “这货哪来的” 小卖家的草根故事 拍成了纪录片

本报讯“第一集就确定,是那味儿。”这是纪录片《这货哪来的》热播后,导演陈英杰和团队收到哔哩哔哩网友的评论。近日,6集淘宝首部小卖家纪录片《这货哪来的》,一天内就达百万播放量,哔哩哔哩评分9.8分。

“人造万物,货见众生”——片名讲“货”,其实是讲述平凡的小生意人的故事。“壳子只要生产出来,一定有它的主人”,首集《美学大卖场》播出后,伊哥、阿水、挂哥和流水线上的手机壳,让华强北这个充满梦想的财富之地再次爆红。有商家在一夜之间就卖掉1万多只手机壳,而这还是在淘宝方面刻意没有在片中透露商家店铺信息的前提下达成的——所有人都希望观众能被纯粹的人格故事打动。

手机壳、假发、不锈钢雕塑、鱼缸造景、殡葬用品……纪录片记录了很多“小商品”和“小卖家”。“我们拍的是淘宝,更是脚下这片土地。”总导演陈英杰表示,万千淘宝商家展现的草根性和复杂性,使得团队决定拍摄该片。

导演组先是圈出一个2000人左右的故事库,随后开始陆续走访。

如第二集中即将登场的云南卖卡车垫子的卖家,分集导演给他留言几十条,对方就是已读不回,导演急了,打电话过去解释,“我不是骗子”。结果,更是被当成了骗子。无奈之下,导演只好从北京飞至云南,百般周折找到卖家,结果两人一见如故,一口气聊到深夜12点。诸如此类的故事,在大江南北的采访中层出不穷。

为了统一风格和精益求精,总导演甚至还给分集导演们开了不少的书单和片单——《撒马尔罕的金桃》、《麦哲伦航海记》、《商贸与文明》和《奇迹笨小孩》、《大佛普拉斯》、《子弹列车》等。

清华大学新闻与传播学院副教授雷建军表示:“相比陈英杰此前作品,《这货哪来的》更有问题意识。淘宝在深入百姓生活这么多年后,关注传播不起眼但是有门道的小人物和小货品的故事,一定程度弥补了这个题材的空白。”

本报记者 祝瑶



藟头