

水果不能挑只能论盒买 实体水果店过度包装泛滥

“不光不能挑了,想买多点、少买点都不行,盒里装几个就只能买几个!”想买二斤苹果的市民陈女士抱怨,家门口几家水果店都“升级”了,可买水果却比以前更麻烦:很多水果都被分装进塑料盒,只能论盒买。记者走访发现,多家水果店都开始给过去散装的水果层层“穿衣”,封上保鲜膜,装入塑料盒,套上塑料袋,过度包装的同时,老百姓购物也直呼不便。水果装盒泛滥为何掀起?背后有啥逻辑?记者对此进行了调查。

水果不让挑: 大小水果纷纷装盒卖

“三源里”百果香“水果店”水果店,售货员左手吊起一串葡萄,右手拿着剪刀把打蔫了的一颗一颗剪掉,最后放进一次性塑料盒里。他周围,已经码好了一层包装完毕的金橘、苹果、香蕉、猕猴桃等水果。很多消费者习惯挑的水果也都被打包进盒里。南果梨虽然标价15元一公斤,但已被全被保鲜膜裹起来,分装在塑料盒里,几位顾客挨个儿拿起,端详,又放下,迟迟无人购买。“都装进盒里了,不能挑,不知道新鲜不新鲜!”一位顾客说。过去像梨、苹果这样的水果几乎都是散装的,顾客挑完下一步再算钱,数量、质量都能由顾客自己掌控,现在可选的余地小多了。以南果梨为例,一份8个,单身小青年吃不下了,想买多点还不行;三口之家想买多点,只能买两份,一共16个,又怕吃不完坏掉。

类似的情况在知名的连锁水果店更普遍。记者接连走访果多美北太平桥店和花园路店发现,苹果、梨、柑橘、猕猴桃等大部分水果都被包装起来,有的套好保鲜膜,有的装进硬塑料盒,散装水果相对较少。记者看了一下,每家水果店里装盒销售的各类水果大约有四百多盒之多。陈女士抱怨说,过去这种包装水果主要在电商渠道卖,现在实体店甚至超市都被“传染”了。“上门买水果就是为了挑新鲜的,为什么商家都爱论盒卖?”

装盒就光鲜? 商家比拼颜值方便

水果装盒销售的风潮为何愈演愈烈? “如果是散装的,就跟市场没区别了。”朝阳北苑一家名为“果疏好”的生鲜超市售货员说,这些水果进货时都是散装的,运到店里后再分装到塑料盒里,“包装起来的水果好看、干净,像橘子、梨之类的水果,散装也坏得快。”“卖水果的就怕水果坏得快,这是最关键的原因!”本市一家水果店老板周向向记者透露,水果装盒主要原因是商家为了止损;其一,对于盒装水果,顾客不会像散装水果一样反复挑选;其二,装盒是水果保鲜措施之一,可以延长销售时间。记者注意到,水果装盒的销售方式主要集中在近新升级的水果生鲜超市和高档超市中,传统菜场和平价超市中,大量水果还是在散装卖。

不可降解: 包装垃圾从塑料袋变“三件套”

商家图方便,也给环境带来更大的负面影响:过去市民买水果,产生的塑料垃圾基本就是一个塑料袋;如今,水果先套上保鲜膜,又装进塑料盒,最后再套一个塑料袋,产生的包装垃圾变成了“三件套”。“一个月大约能用八九千个一次性塑料盒。”一家面积百余平方米的水果店负责人坦言,这些一次性塑料盒成本大约几毛钱,基本都是网购而来。记者在淘宝网搜索“水果一次性塑料盒”,各式各样的商品不计其数。在排名前三的一家店里,正在热销的一款草莓包装盒,每箱含600个盒子,报价215元。这款产品月销量达1387箱,算下来这款包装盒在一个月内就卖出了83万个。“这些塑料盒的材质类似于矿泉水瓶,都是不可降解的。”这家店面负责人直言。“白色污染”已经是世界难题,“与一次性餐盒一样,水果塑料包装大多被老百姓扔掉。”中国再生资源回收利用协会再生塑料分会秘书长盛敏表示,除了源头减少外,包装垃圾回收也应该有可靠有效的回收渠道。如果能建立起比较健全的垃圾分类体系,塑料包装会得到更有效的利用。还有环保人士建议,大量使用塑料包装的商家,应该收取一定的环保处理费用。



资料图片

1—10月,我国规模以上轻工企业实现营业收入16.05万亿元,同比增长3.89%,实现利润破万亿元,同比增长10.03%

通过抓住消费升级趋势、强化科技创新、推动绿色生产,轻工行业发展模式由规模扩张型转向质量效益型,运行质量进一步提升。

利润过万亿 轻工业为何成绩亮眼

12月4日,在轻工行业消费升级与高质量发展新闻发布会上,中国轻工业联合会公布前10月轻工行业经济运行数据:1—10月,规模以上轻工企业实现营业收入16.05万亿元,同比增长3.89%,实现利润破万亿元,同比增长10.03%。在经济下行压力加大、全国工业增速放缓的情况下,如何看待我国轻工业的运行表现?“发展稳健,风景独好,韧性十足。”中国轻工业联合会会长张崇和如是说。



资料图片

运行稳中有进 轻工业发展韧性增强

轻工业前10月“成绩单”亮相,反映经济运行主要指标均有所加快,一些指标十分亮眼。生产稳中向好。1—10月,规模以上轻工企业10.78万个,实现营业收入16.05万亿元,增长3.89%。利润快速增长。1—10月,规模以上轻工企业实现利润1.01万亿元,同比增长10.03%,增速高于全国工业12.93个百分点。营业收入利润率2.62%,高于全国工业0.41个百分点。

12.99%。轻工业出口占全国出口的27.2%,成为稳外贸的重要力量。“一系列数据显示,目前轻工行业总体出口形势平稳向好,中美经贸摩擦对轻工行业出口影响总体可控。”张崇和说。从出口总额看,今年前三季度,轻工业在对美出口下降6.5%的情况下,通过积极拓展国际市场,出口总量达到4959.48亿美元,同比增长5.71%,高于全国5.81个百分点。

涌现的创新产品,在满足消费升级趋势的同时,提升了企业效益,也推动了行业发展。以海尔推出的卡萨帝自由嵌入冰箱为例,“当下人们对食物的新鲜度要求越来越高,围绕消费者需求,我们研发了个性化控制温度、湿度和氧气浓度的智能冰箱,可将草莓的保鲜期从3天延长至7天。”海尔集团副总裁孙京岩介绍,产品自2017年6月上市以来获得大卖,累计销量达7.5万台,累计销售额达8.4亿元。

顺应消费升级 轻工业发展底色稳

分析前10月轻工业取得的好成绩,不难发现,作为重要的民生行业,抓住消费升级新趋势,为轻工业绘就了稳字当先的厚重底色。当前轻工业消费升级呈现哪些特征?顺应消费升级趋势,增加高品质产品和服务供给应该从何处着手?

“消费升级所需要的不仅是高档奢侈品,还应该是安全可靠的高品质产品。”国家市场监督管理总局质量监管司副司长孙会川指出,据统计,我国居民一年境外购2000多亿美元,所购商品中包括大量日用消费品,只有不断提升产品质量安全水平,提振社会消费信心,才能更好地促进我国消费提质升级。事实上,近年来通过开展质量提升行动,我国创新产品供给品质逐步得到提升。从智能马桶盖出国购逐步冷到可见一斑。“2015年,国产智能马桶盖产品质量抽查合格率只有60%,质量、安全性无法满足消费者需求,导致出现大量从日本购买智能马桶盖回国的现象。”孙会川介绍,目前这一比例已提高到90%以上。

财经现场 CAIJINGXIANCHANG

不加税但价照涨 白酒企业抢收“春节档”

尽管有关白酒行业加征消费税的疑虑已烟消云散,但不少白酒企业赶在春节白酒销售旺季来临之前,正密集加快涨价的脚步。在一众酒企中,泸州老窖可谓将“提价王”的本色发挥得淋漓尽致。12月2日,泸州老窖酒管酒类销售股份有限公司发布通知,即日起,43度国窖1573、46度国窖1573计划内配价格分别上调30元/瓶、50元/瓶。同时,国宝红、曾娜大师瓷、红瓷瓷、典藏等差异化产品计划内配价格分别上调30元/瓶。此外,从2020年1月12日开始,上述产品计划内配价格再次上调30元/瓶。此前,泸州老窖在11月份已经对国窖1573系列产品进行了一次提价。至此,43度国窖1573零售价格调整为969元/瓶,46度国窖1573零售价格调整为1009元/瓶,国宝红产品零售价

为1299元/瓶。配合泸州老窖大单品52度国窖1573的售价1299元/瓶看,泸州老窖1573系列产品均站上千元价位。除泸州老窖外,11月份,酒鬼酒对旗下的高端品牌52度500ml内参酒价格战略上调50元/瓶;水井坊对旗下的52度水井坊·典藏大师版等多款产品提高零售价格,每瓶上涨20元、60元不等。此外,尚未上市的酒企如剑南春、河南国藏盛世、贵州国台酒业等,也在近期密集宣布涨价。记者注意到,此番白酒企业的密集提价,较今年上半年的整体提价幅度略显“后劲不足”。在上一轮提价中,白酒涨价幅度在单瓶100元左右,而最新一轮提价中,调价幅度最高的为单瓶60元,其他多在单瓶20元至50元之间。

与此同时,高端白酒品牌贵州茅台、五粮液等目前在此次提价潮中则按兵不动。12月4日,五粮液在互动平台上回应投资者是否有提价准备的问题称:“公司出厂价近期未变化。”稍早之前,茅台方面透露,春节期间不会涨价,不过,茅台不涨价却有一个要求:在贵州省各个渠道,买一瓶茅台酒,就要买500元的贵州特色食品、特色农产品。此举被外界解读为茅台的一种变相涨价行为。白酒行业专家刘盛威认为:“此次白酒企业涨价的底气何在。”从部分白酒相关市场情况来看,宣布提价后,其终端零售价并未立即跟随上涨。白酒分析师李飞表示,现在很多酒企涨价,很多是伴随着拉升品牌形象,涨价的同时往往会与控货并行,这样可以增加渠道的货值与利

润。智能马桶盖消费外溢基本得到缓解。

强化科技创新 轻工业迈向高质量

从10月行业报告来看,轻工业行业运行质量进一步提升,发展模式由规模扩张型向质量效益型转变。“高质量”已成为轻工业发展的主基调。下一步,如何做大做强轻工业,支撑轻工业逐步迈向高质量发展?

——在强化科技创新上下功夫。“如今,传统的研发模式已经不适应新的市场形势,谁能快速研发出满足消费者个性化需求的产品,谁就能掌握竞争主动权。”孙京岩说,海尔通过将创新全流程向用户开放,从原始创新便基于用户需求,有效获取用户需求信息,缩短研发周期,创造出大量适销对路的创新产品。

为鼓励企业科技进步,中轻联今年首次发布2018年度中国轻工业科技百强企业,科技百强企业年度研发投入平均占营业收入的2.46%,显著高于全社会平均研发投入比重。“目前轻工业科技创新蔚然成风,成为推动高质量发展的重要抓手。”张崇和表示。

——推动生产制造智能化绿色化。“轻工业快速发展的背后,资源能源等要素投入扩大,多种要素利用效率不高的粗放发展模式依然存在。”在国家发改委产业发展司司长卢卫生看来,未来轻工业应以提高资源能源利用效率放在突出位置,限制并淘汰低水平落后产能,大力发展清洁生产、绿色制造,形成更具国际竞争力的轻工制造体系。

近年来,轻工业积极开展节能降耗技术改造,相比2015年,规模以上轻工业工业增加值能耗降、单位工业增加值用水量、单位工业增加值二氧化碳排放量分别下降15%、18%、17%。”下一步,将通过推进绿色设计、开发绿色产品,建设绿色工厂等举措,推动轻工业绿色发展。”张崇和说。据新华网

提示

新房和二手房价格出现松动,与临近年底开发商以价换量、二手房东急于出手有一定关系。同时,各地出台的楼市政策逐步落地,效应加速显现。楼市出现了一定程度的降温,但仍保持平稳有序的发展态势。越是这个时候,越应该保持战略定力,继续坚持住房不炒。

近期,一向被视为楼市风向标的北京房地产市场出现了新变化——无论新房还是二手房,二者的价格均出现了松动或有了一定的议价空间。此外,国家统计局公布的数据也显示,10月份无论是新建商品住宅还是二手房住宅,价格环比下降的城市数量创下了2019年新高,在70个大中城市里,有一半出现了下降。对此,业内专家表示,一方面新房和二手房价格出现松动,与临近年底开发商以价换量、二手房东急于出手有一定关系;另一方面,各地出台的楼市政策逐步落地,效应加速显现。例如,近年来北京推出了不少共有产权房和限价商品房,对平抑房价起到了一定作用。不光是北京,很多热门城市的房价都出现了下降趋势。10月份,新建商品住宅价格与上月相比跌幅较大的城市是济南和泸州,均下降了1.0%,厦门则下降了0.7%。二手房住宅价格与上月相比下降较多的城市是

楼市总体平稳 未现大起大落

济南、西安、岳阳,均下降0.7%,北京、青岛、包头、三亚则下降了0.6%。实际上,出现明显降温的城市如济南、西安、厦门等,在之前还曾经有过比较明显的增长态势。专家表示,之所以会出现多个城市集体降温、市场逐步趋稳的情况,主要得益于中央和有关部门进一步强调“房住不炒”和“不将房地产作为短期刺激经济的手段”,并陆续出台相关措施,以及地方政府坚持“一城一策”“因城施策”,根据自身情况不断加强房地产市场调控。值得注意的是,近年来多地对楼市政策进行了微调。例如,深圳调整普通住宅认定标准,容积率在1.0以上,单套建筑面积在144平方米以下的住宅,满两年可免缴增值税。对此,专家表示,近年来各地微调楼市政策,是根据自身情况作出的决策。当楼市有过热、上涨趋势时,各地会进行相应的抑制。在出现大幅降温趋势时,各地也会出台配套措施,促进房地产市场保持稳定,保持房地产市场平稳,杜绝大起大落,是调控的目的所

在。稳定是双向调节,大涨肯定不是稳定,但暴跌也同样不是稳定。此外,部分城市调整了与住房相关的户籍或产业政策。中原地产首席分析师张大伟表示,从未来发展看,目前全国大部分城市的人才政策,只考虑到用降低门槛来吸引人才,却没有留住人才的具体措施。这种情况下,吸引来的很多都是购房者,甚至还加大了炒房者借助人才政策在不同城市炒房的可能性。“吸引人才的目的不是发展产业,而应该是发展房地产业,留住人才肯定是产业,而不是套房子。”张大伟说。总的来看,楼市出现了一定程度的降温,但并未呈现断崖式下跌的情况,仍然保持着平稳有序的发展态势。专家建议,越是在这个时候,越应该保持战略定力,继续坚持房住不炒,从而促进市场平稳健康发展。据《经济日报》