

X 新闻分析
INWENFENXI

月饼“轻装上阵” 聚餐拒绝“剩宴”

中秋临近,节味渐浓。传统观念认为,此时正是加强亲友联系,增进感情的好时机,是一年当中仅次于春节团聚欢庆的大节。但在热闹的同时,我们总不可避免地遇到这样一些烦心事:月饼送来送去,无人吃;宴席饭菜太多,吃不完。

不过,今年的中秋这样的烦恼少了很多,记者走访市场发现,所谓“送大礼、有面子”的观念正被节约之风所替代,月饼设计、家宴预订,处处用实际行动践行着“拒绝舌尖上的浪费”。

月饼礼盒纷纷“减负”

“今年月饼包装形式将呈现简约、环保及富有文化内涵的特色”,中国焙烤食品糖制品工业协会新发布的《2020年全国月饼行业发展趋势报告》提出,近年来,国家大力提倡环境保护,环保意识深入人心,月饼包装兴起简约环保的国风。

其实社会上一直都在呼吁给月饼包装“减负”,2010年开始实施《限制商品过度包装要求食品和化妆品》已对限制月饼过度包装做出了规定,包括初始包装之外的所有包装成本总和不得超过商品销售价格的20%等。但在执行不到位的情况,今年则有明显改善。

广州酒家集团有关负责人向记者介绍,“我们集团早在2012年初,就已经确立了“绿色升级战略”,形成覆盖全流程的绿色生产体系,并在不断完善。其中月饼包装就参照《限制商品过度包装要求食品和化妆品》标准要求,减少包装层次、适度包装,在礼盒尺寸的基础上,长、宽、高均做了调整;广州酒家还推动包材环保化,将原来制作月饼内托所使用的PVC镀金吸塑,升级为PET、PP环保吸塑。”

在包装上做文章的还有星巴克,新款月饼礼盒包装采用丝质感包装材料,这是星巴克将回收的饮料瓶经过专业回收再生流程加工而成。喜茶方面向记者介绍,今年中秋礼盒配送了不锈钢的月饼餐具,可循环多次使用,希望大家一起身体力行支持环保。



资料图片

记者走访市场还看到,为避免浪费,散装月饼成为一种选择,有消费者表示:“吃多少买多少,这样挺好的,月饼吃多腻人。”

当然,作为传统节日食物,月饼仍是大家送礼的首选,大同酒家品牌总监洗一峰说,这也是一种习俗,只要月饼及包装不夸张过度即可。《2020年全国月饼行业发展趋势报告》也显示,中秋期间,月饼的包装形式上还是以盒装为主,简装、散装月饼产品占比较小。

迷你月饼“轻装上市”

不仅包装,月饼制作中也处处透露出环保、节约的信息。

近期,在白天鹅酒店集团、东方宾馆举办的月饼推荐会上,记者看到,每家酒店、企业均推出每个30-50克的迷你月饼。

传统月饼一个120-150克,吃一个顶几顿饭的热量了,洗一峰介绍,年轻人更中意小巧、口感多样的月饼,一个月饼吃下去也不会感到腻。

“商家推出迷你月饼,不仅环保、

减少浪费,也为适应年轻消费者需求”,洗一峰说,传统月饼制作,用糖、油较多,包括使用猪油,从健康角度看,并不适合多吃。

业内人士表示,月饼变得“迷你化”是近几年中秋市场消费的趋势变化,单个月饼的分量只有原来的一半甚至更小,口感更清爽。一方面是传统食品迎合消费的变化;另一方面,小包装、时尚化的月饼,也开始走上“零食化”的路线,成为市民日常食用的食品,而不是非等到过节才买来送礼。此外,受限制制作工艺,有的月饼就不能做成大号款,比如近年位于销量前列的流心月饼,个头过大,外皮容易塌陷。

光盘行动拒绝“剩宴”

今年中秋国庆两个节日“喜相逢”,记者从多家餐厅了解到,家宴、婚宴预订火热,为避免宴席上的浪费,店家处处可见“光盘行动”“节约食物、杜绝浪费”“适量点餐,剩餐打包”等提示牌或宣传画。

长隆西江酒店和长隆酒店有关负责人向记者介绍,恰逢“双节”,婚

宴与中秋宴预订数量均已爆满,为配合疫情防控,宴席上座率得控制在50%以内,“目前,我们餐厅的宴席预订已排期一个多月之后了。”同时,餐厅的杜绝浪费工作也成常态。广州半岛酒家也表示有类似的情况,“双节”意味好,“十一”前后,婚宴预订量多过中秋家宴。

广东省消委会联合全省消委会在近期发出制止“舌尖上的浪费”的倡议中指出,广东是消费大省、餐饮大省,2019年餐饮收入占全省社会消费品零售总额10.1%,增长11.0%。但据有关调查,目前我国餐饮行业浪费率高达11%。杜绝餐饮浪费具有重要意义。

“对餐饮浪费,其实存在一定的地域差异”,东莞市连锁餐饮发展促进会秘书长徐波谈到,广东这个比率应该低于全国平均水平,本地人外出就餐,买单时总捎带一句:“唔该,打包!”

广东省餐饮服务行业协会秘书长程刚也表示,理性务实,不浪费的广东人在节约粮食方面一直做得较好,餐饮业也有此共识,很早就开始推行“光盘行动”。

| 记者手记

让月饼回归传统食物本真

“月饼不是吃的,是送人的”“月饼的流通量超过需求量”“中秋结束吃不完的月饼丢掉”……每年中秋,月饼都会因为涉嫌浪费问题,被大家拉出来“吊打”一番。

曾经何时,月饼变味,成为一个礼尚往来的道具。

在“送礼要有面子”的思想指导下,月饼礼盒越做越豪气,月饼馅从五仁进阶到鲍、参、刺、肚。

传统的中秋月饼,寄托了“以饼之圆兆人之团圆”的祝福。现代的月饼却由于负载了过于沉重的礼品功能,悄然变味。

最近“制止餐饮浪费行为”成为社会热点,月饼市场节俭风刮起,拒绝浪费的最好一个做法,就是让月饼回归传统食物的本来身份,将手里的票券换成月饼,与家人一起月下共品团圆味。 李勤

商务部:跨境服务贸易负面清单年底前将出台

商务部服务贸易和商贸服务业司司长沈国义3日在国新办举行的新闻发布会上表示,未来我国将继续扩大服务领域对外开放。跨境服务贸易负面清单是中国推进服务领域制度型开放的一个重要探索,目前商务部正会同有关部门就研究制定这一清单开展相关工作,年底前将出台。

商务部副部长王炳南表示,面对新形势、新任务,2020年中国国际服务贸易交易会以“全球服务互惠共赢”为主题,具有四大特点:一是展会布局进一步优化;二是展会规格进一步提升;三是展会规模进一步扩大;四是成效有望进一步提升。

“从逆差趋势上可以看到,2017年以来,中国服务出口增速持续高于进口增速,去年服务贸易逆差在减少,今年前7个月也有比较大幅度的减少。这种变化是中国服务业竞争力提升的市场结果。”沈国义说。

王炳南表示,中国是全球服务贸易增长的重要贡献者。根据统计,过去15年中国服务出口年均增长9%,高于同期全球服务出口平均增速2.9个百分点。在进口方面,过去15年中国服务进口累计4.5万亿美元,对全球服务进口增长的贡献达到了12.9%,累计拉动全球服务进口增长10.4个百分点。特别是2008年金融危机以来,中国服务进口在刺激全球服务市场需求方面发挥了建设性作用,有力推动了全球服务贸易增长。

受疫情影响,今年前7个月,中国服务贸易总体规模有所下降。“这主要是受旅行因素影响。”沈国义表示,但我国服务出口明显好于进口,而且近几个月整体服务贸易走势出现企稳态势。

沈国义说,疫情催生了数字贸易的新契机和一些新的服务消费模式,消费升级新动能将得到激发。下一步,商务部将统筹疫情防控和贸易发展,在努力稳住传统服务贸易的同时,抓住服务贸易数字化、制造业服务化发展机遇,深化服务领域对外开放,大力发展数字贸易、高附加的生产性服务外包等新业态新模式,推动我国服务贸易高质量发展。 据《中国证券报》

试点两月 跨境电商 B2B 出口监管试点扩至 22 个海关

9月1日,海关总署新增上海、福州、青岛、重庆、成都、西安等12个直属海关开展跨境电商B2B出口监管试点。至此,我国跨境电商B2B出口监管试点已扩至22家。

跨境电商是近年来我国外贸领域增长最快的新业态之一。与跨境电商B2C出口不同,跨境电商B2B出口是指境内企业通过跨境电商物流将货物运至境外企业或海外仓,并通过跨境电商平台完成交易的贸易形式。截至8月30日,首批10家跨境电商B2B出口监管试点启动已满两个月,试点海关共验放跨境电商B2B出口货物632.3万票,受到了广大企业的欢迎。

“我们是一家中小微企业,过去只能按照传统贸易方式申报通关。跨境电商B2B出口监管试点恰恰针对中小微企业出口单票价值低、单量多等实际,提供了一系列便利化措施,通关效率提高了,通关成本却降低了。”江苏南京利联电子商务有限公司总经理揭义泉说。

据悉,试点实施之前,我国对跨境电商监管制度和政策措施集中在跨境电商零售进出口B2C领域,对跨境电商B2B业务缺乏针对性监管制度和政策措施。此次改革为跨境电商B2B出口增列了专门监管方式并配套通关便利化措施,有助于推动外贸新业态健康快速发展,在疫情期间积极帮助出口企业纾困,标志着我国跨境电商由优进优出取得了重要进展。

“试点实施以来,业务运行平稳顺畅,业务发展态势良好,社会各界反响热烈。”北京海关副关长高瑞峰表示,跨境电商B2B出口监管试点契合了业态发展需求,业务不断扩面增量,呈现稳步上扬态势。

高瑞峰说,从通关数据看,日均业务量持续增长,参与企业数、申报单量、出口货值等均不断攀升。新模式解决了企业之前采取多种方式申报出口无法体现跨境电商新业态实际等问题,受到出口企业、物流企业等各方欢迎,跨境电商B2B出口业务量稳步增加。

新模式帮助企业降低成本、提高竞争力。南京海关副关长张亚平表示,在B2B出口监管新模式的支持下,企业经营跨境电商出口业务,除开展原有的零售包裹寄递出口外,可以进一步拓展批量出口业务,既降低物流成本和人工费用,又能便利申报手续,提升通关时效。海关为中小微企业提供的简化申报和便捷通关等便利化措施受到出口企业广泛好评,助力中小微企业提高外贸竞争力。

新监管方式助力企业拓展海外业务。此次改革增设2个监管方式代码,将B2B直接出口和出口海外仓纳入跨境电商监管范畴,享受跨境电商通关便利,大力支持企业建设海外仓、拓展出口海外仓业务,积极发挥海外仓物流成本低、送达时效高、售后服务好等优势,助力商家出口海外。以工程机械龙头企业徐工集团为例,其自有品牌的工程机械配件也开始通过这一模式出口,跨境电商叠加特色产业,为当地工程机械行业发展注入新动力。

跨境电商B2B出口监管试点产生了积极的示范效应,很多非试点地方及相关企业表现出高度关注和尽快参与试点的强烈意愿。对此,海关总署有关负责人表示,此次在广点听取各方意见建议,总结评估试点情况的基础上,把试点范围扩大至22个直属海关,有助于进一步释放海关改革红利。未来,将进一步完善海关监管方案和信息系统功能,争取早日在全国复制推广跨境电商B2B出口监管创新措施,发挥出跨境电商新业态对于稳外贸、稳就业、保市场主体等方面的积极作用。 据《经济日报》



提示 当前,服务业对经济增长的贡献超过一半,服务业复苏对经济加速回暖具有重要作用。近期,各地区各部门密集出台一系列支持服务业复苏的政策措施,餐饮、旅游、零售、家政等服务业也顺势应势、转型升级,积极拥抱新技术新业态新模式,复工复产、复市复业加速推进,推动经济持续稳步恢复。业内人士表示,应出台更加精准的扶持政策,助力服务消费需求进一步回暖。

服务业复苏有力带动经济回暖

云南丽江古镇里,拍着鼓唱起民谣的小姐姐们重回街头;成都宽窄巷子里,小盖碗茶、看川剧的游客又排起了长队;重庆洪崖洞景区,翻滚的火锅冒出一阵阵麻辣香气……浓浓的“烟火气”,正在各地重又升腾起来。

近期,各地区各部门密集出台一系列支持服务业复苏的政策措施,餐饮、旅游、零售、家政等服务业复工复产、复市复业正在加速推进,推动经济持续稳步恢复。

各地区各部门暖风频吹

国家发展改革委、商务部等多部门推出了助力服务业复苏发展的政策举措。例如,国家发展改革委等13部门日前联合印发文件,支持新业态新模式健康发展,激活消费市场带动扩大就业。商务部近日印发《全面深化服务贸易创新发展试点总体方案》,在运输、教育、医疗、金融等领域推出多项举措,进一步构建有利于服务贸易自由化便利化的发展环境。

地方层面,山西、海南、深圳等地均加紧了新一轮支持服务业发展的措施。例如,深圳从严格落实房屋租金减免政策、引导加大金融支持力度、稳定房屋租赁市场等方面着手,帮扶服务业小微企业和个体工商户缓解房屋租金压力。海南对受新冠肺炎疫情严重影响严重的餐饮、住宿、旅游、培训等行业提出了缓解房屋租金压力的专项实施方案。

山西聚焦服务业出台一揽子措施,在降低企业成本、加快财税金融支持、稳

定就业岗位、激发消费活力等方面加大支持力度。比如,在住宿和餐饮业行业用水价格前期已降低10%的基础上,再降10%,执行居民用气价格期限延长至今年年底。

目前,各地服务业呈稳步复苏态势,江苏、浙江、重庆等多地上半年服务业增加值同比实现正增长。中国国际经济交流中心经济研究部副部长刘向东表示,从产业增加值贡献看,当前服务业对经济增长的贡献超过一半,我国经济发展已经转向服务业驱动的经济结构,服务业复苏对经济加快回暖起到了重要作用。

新业态新模式不断涌现

尽管疫情影响还在持续,但服务业已经看到了机遇。顺势应势、转型升级,把损失补回来,已是业内共识。为此,传统餐饮、零售、家政等行业使出浑身解数,网上网下相结合创新服务模式、重塑经营模式。

“疫情期间,家政行业供需两侧都受到了较大影响。”家政服务公司“阿姨来了”创始人兼CEO周袁红表示,该公司一度遭遇客户解约、员工复工困难、投诉增多等诸多难题,2月份、3月份公司订单量减少一大半。

为渡过难关,“阿姨来了”尝试新的服务方式,采用远程面试,启动线上培训,开启线上雇主见面会,推出行程可追溯、健康可查询、绿码可核验等一系列措施。6月份至7月份,该公司订单量同比上升40%,比2月份至3月份增长了73%,6月份以来在“阿姨来了”平台注册

的家政服务人员增加了2万多人,“家政市场正快速回暖。”周袁红说。

餐饮业也出现了不少可喜变化。疫情期间,一些餐厅更加注重卫生管理,明厨亮灶,推广分餐制。新业态新模式不断涌现,餐饮零售化受到追捧,传统餐饮店将菜品在中央厨房加工成标准化商品,销售至超市和电商平台,消费者在家就能轻松吃到美味。定制化餐饮服务迅速崛起,一些餐饮店顺应需求,为顾客提供定制食材、个性化就餐环境以及外卖服务,促进了餐饮服务转型升级。

“线上经济”成为亮点。随着疫情防控常态化,以互联网、信息技术为代表的新兴行业增长迅速,在线上娱乐、线上培训、线上医疗等线上消费带动下,相关服务较快增长。生鲜电商、门店到家等在线零售业态迅速壮大,网络购物保持快速增长。

数据显示,1月份至7月份,全国实物商品网上零售额同比增长15.7%,实物商品网上零售额占社会消费品零售总额比重为25%,比上年同期提高5.6个百分点。

完全回暖还需下大力气

当前,疫情给服务业带来的冲击逐步减弱,服务业多项经济指标出现了恢复性增长。不过,目前服务业尚未完全恢复,住宿、餐饮、旅游等传统服务业仍受到一定冲击,服务消费需求完全回暖还需下大力气。

“服务业与制造业的一个很大不同,是相当一部分服务需要面对面才能完

成,无形增加了人员频繁接触的机会,也增加了疫情防控的难度。当前国内疫情虽然得到了有效控制,但消费者对旅游、餐饮、住宿、零售等需要接触陌生人的服务消费仍心存顾虑,这阻碍了消费复苏。”中国社会科学院财经战略研究院研究员李勇坚表示,政府、社会和企业需要共同努力,积极引导服务业复工复产、恢复活力,并抓住契机,积极采用新技术新业态新模式,从扩大需求、优化供给、有效防疫等方面做好政策支持。

刘向东表示,疫情防控措施增加了企业经营成本,一旦疫情出现反复对餐饮文旅等服务企业的打击更是致命,企业经营仍面临较大的不稳定不确定性。下一步推动服务业复工复产,政府应在减税降费、稳定市场预期等方面提供更多支持。同时,企业应更加谨慎经营,在提高服务质量和差异化发展方面下功夫,并做好迎接消费反弹的准备。

周袁红认为,对于商业服务业而言,最主要的问题是房租税费高企、金融信贷困难等,这就需要相关部门实施更精准的扶持举措,在税费租金减免、贴息免息贷款等方面提供有针对性的帮扶,帮助企业稳定现金流,切实降低企业经营成本。

今年以来,疫情促使服务业更加积极拥抱互联网,寻求线上转型,行业洗牌加快。专家表示,对于服务业从业者来说,只有紧跟数字化、智能化发展大势,创新服务思路,转变服务方式,优化服务流程,加快促进线上线下融合发展,才能提升抵抗风险的能力,并满足消费者不断升级的需求。 李华林