

亲民价格的月饼更多了

——中秋节月饼市场见闻

新华社记者赵文君 王自宸 张璇

中秋佳节临近,月饼迎来了黄金销售期。随着限制商品过度包装新国标、《月饼质量通则》(GB/T 19855—2023)相继落地实施,月饼包装“瘦身”效果如何?价格有哪些变化?记者走访市场发现,月饼包装简约了,亲民价格的月饼更多了。

简约平价成主流

在湖北省黄石市杭州西路一家蛋糕店,记者一进门就看到显眼的月饼档口,货架上一款售价108元的礼盒,里面装有8块月饼。店长介绍,今年盒装月饼偏向简约实用,价位100元左右的盒装月饼销量就很好。“今年月饼厂商做活动的力度普遍比往年大。从销售情况看,主推家庭装的实惠款,性价比高的产品卖得更好。”杭州世纪联华庆春店店长吴进娟说。

在湖北省黄石市黄石港区牧羊湖食品厂内,制作区域的烤箱正加足火力炙烤,几位师傅在一旁揉捻馅料,制作手工月饼。食品厂负责人刘明辉介绍,消费者可按个人喜好定制不同口味,配上简单的礼盒。一套包装盒售价为10元,有不同款式,搭配不同口味的月饼后,一盒月饼的价格在60元至120元之间。

北京稻香村食品有限责任公司副总经理石艳介绍,今年稻香村月饼礼盒的价格以100元至200元为主,平价产品居多。同时,稻香村每年都会推出自装款礼盒,以简单款式的纸盒为主,占比约90%。空盒单独售卖,可以直接将散售月饼自由组合,平价又实惠。

记者走访发现,今年大多数品牌礼盒月饼的售价在100元至300元之

间,如五芳斋、杏花楼等品牌均有售价百元以下的月饼礼盒产品,每盒装的月饼数量4至8块不等。实体店超以及电商平台超过400元的月饼礼盒并不多见,单个独立包装月饼的价格约6元至12元不等。

记者走访北京的商超了解到,前些年单位团购批量购买月饼礼盒较多,这几年越来越少,今年几乎没有单位团购、月饼销量主要靠零售。“包装‘瘦身’后,很多企业月饼礼盒的设计更趋向创新与实用。北京老字号稻香村今年新上市月饼伴手礼小礼盒,一款猴子捞月小盒,打开以后能看到五只猴子捞出了大月亮。杭州老字号知味观推出一款良渚古城文化联名款月饼礼盒,以贯通外天地的“琮”为创意灵感。

中国焙烤食品糖制品工业协会8月发布的《2024中国月饼行业趋势》报告显示,2024年中秋节月饼市场产品价格平稳,价格区间更加贴近市场消费,地方特色、文创联名、营养健康概念产品占比有望继续提高。

价格和包装成市场监管重点

记者发现,虽然月饼销售渠道已基本规范,实体店超售价超过500元的高档礼盒较少,但一些“天价”月饼并未完全消失,而是以“擦边球”方式隐藏在电商销售平台上。

由于平台月饼类商品限价500元,有平台线上销售的高档月饼礼盒页面价格接近500元,但咨询客服实际售价往往达700元甚至超过千元,需要在拍下产品后通过客服改价才能发货。有的标注五星级酒店送礼定制,含高端食材如鲍鱼、海参等,有的混装搭售其他商品。

早在2022年,国家发展改革委、

工业和信息化部、商务部、市场监管总局联合发布的《关于遏制“天价”月饼、促进行业健康发展的公告》,明确对单价超过500元的盒装月饼进行重点监管。

今年8月初,市场监管总局印发《关于做好2024年中秋节月饼价格和过度包装监管工作的提示》,重点检查月饼的票据资质是否齐全、产品标签标识是否合格、是否存在过度包装、是否明码标价等问题。

艾媒咨询首席分析师张毅表示,由于月饼作为年节礼品附带社交属性,整治“天价”月饼、豪华月饼并非一蹴而就之事。对此,一方面要加大监管力度,另一方面要发挥消费导向的驱动力,倒逼企业、商家专注于提升产品本身,而非过度追求包装的奢华。

高档月饼礼盒的溢价主要体现在包装材料上。根据限制商品过度包装新国标的要求,月饼包装层数不得超过3层,不得使用贵金属、红木等贵重材料;不得以任何形式混装搭售其他商品,如在月饼礼盒中混搭茶叶、红酒、文创产品等。

近日,记者跟随杭州市拱墅区市场监管局执法人员前往辖区一超市检查。“这款礼盒月饼内装有12块月饼,分别为4块60克的、1块50克的和7块85克的,包装层数共3层,商家出示的检测报告显示空隙率为27.7%。”执法人员检查一盒月饼,仔细对比新国标规定。

“月饼净含量符合要求,定量包装月饼的平均实际含量大于其标注净含量。”在武汉市一家食品公司门店,武汉市计量所检测人员用计量器具对月饼进行抽检,未发现不合格情况。

市场监管总局执法稽查局有关负责人表示,要紧盯月饼等重点节令

食品加强监管,有效遏制违法行为,宣传国家标准和法律知识,实现良好的市场效果和社会效果。

治理成效初步显现

近年来,国家不断强化月饼生产、流通、消费全链条监管,严厉打击违法违规乱象,市场治理成效已初步显现。

限制商品过度包装新国标实施两年来,从总体上看,生产企业对新标准执行较为到位,过度包装的判定标准更严格,对环境资源的节约更有利。

据国家统计局和中国包装联合会数据显示,2023年,在商品零售同比增长5.8%的情况下,全国包装行业营业收入同比出现下降,其中纸和纸板容器主营业务收入同比下降4.44%;金属包装容器及材料主营业务收入同比下降1.56%,单位商品的包装使用量和包装成本有所下降。

北京稻香村食品有限责任公司副总经理石艳介绍,稻香村今年新款的月饼包装膜及新款礼盒均已按照标准要求进行生产和标注。

浙江悠享时电子商务有限公司创始人蔡夏雷说,公司严格按照新国标的要求对商品包装更新设计,尤其是对于空隙率等指标,请了专业的检测机构确保合规性,在外观上尽可能兼顾美观简约,让包装回归本质。

中国人民大学食品安全治理协同创新中心研究员孙娟娟表示,在绿色低碳转型、可持续发展大背景下,很多企业包括食品行业在内,要从单纯追求经济效益转向兼顾环境保护、社会责任和公司治理的全面发展路径。

(新华社北京9月10日电)

医保谈判药品已累计为群众减负超7000亿元

新华社北京9月10日电(记者徐鹏航)国家医保局副局长李滔10日介绍,国家医保局成立6年来,谈判药品已惠及参保患者7.2亿人次,叠加谈判降价和医保报销等多重因素,累计为群众减负超过了7000亿元。

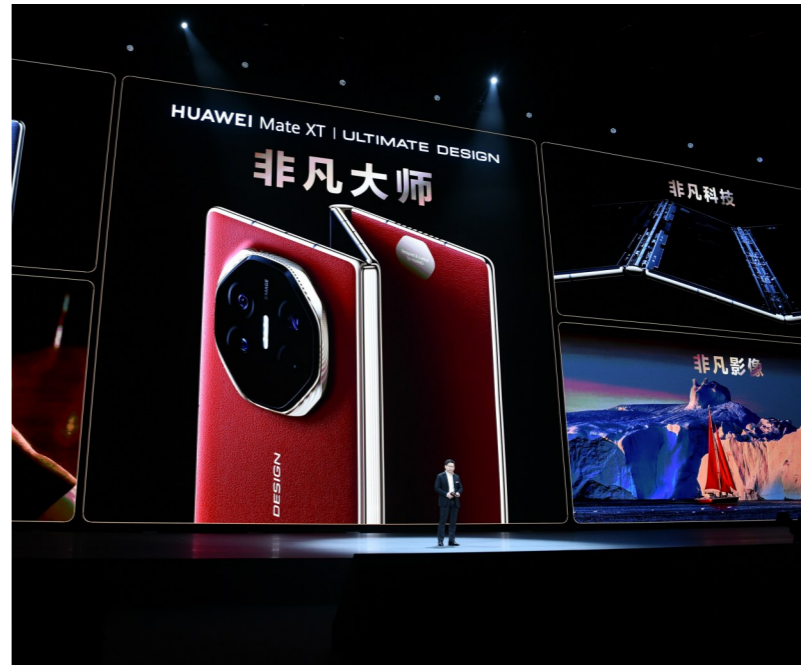
在国新办当日举行的“推动高质量发展”系列主题新闻发布会上,李滔表示,国家医保局坚持医保药品目录“每年一调”,及时将符合条件的新药好药新增进入医保目录,目录内品种的数量和质量显著提升。6年来累计新调入药品744种,目录内的西药和成药数量从2017年的2535种增加到现在的3088种。

同时,目录内药品的质量也显著提升,特别是在肿瘤、罕见病、高血

压、糖尿病等领域,很多新机制、新靶点的药物被纳入,实现了药品保障范围与临床用药需求更高程度匹配。

“我们还发挥医保‘团购’的优势,引导新药价格回归合理。”李滔说,国家医保局整合13亿多参保人的用药需求实施战略购买,完善了国家药品谈判准入机制,很多“贵族药”开出了“平民价”,群众用药的负担大大减轻。

“下一步,我们将进一步完善药品目录调整机制,在始终坚持保基本的原则下,努力将更多更好更新的药品纳入医保目录。”李滔说,同时将着力研究完善具有中国特色的多层次医疗保障制度,拓宽更多创新药支付渠道,不断满足人民群众对美好生活的期待。



华为发布全球首款三折叠屏手机

9月10日,华为发布Mate XT非凡大师系列新品。当日,华为见非凡品牌盛典及鸿蒙智行新品发布会在深圳湾体育中心举行,现场正式发布了华为Mate XT非凡大师系列新品,以及问界M9大五座、智界R7等鸿蒙智行新品。新华社记者梁旭摄

个别地方农业设施闲置：投入上亿元，丢的丢坏的坏……

“新华视点”记者董宝森 杨轩

“新华视点”记者近期在黑龙江省林甸县采访发现,当地花巨资建设的一部分大型喷灌设备用不了,有的只剩架子光秃秃立在地里,零部件不见踪影;一些抗旱水源井也成了摆设。

“老百姓用不上,国家花了冤枉钱。”当地不少村民感叹。

据悉,针对部分涉农项目“建而不用”等问题,林甸县已制定项目排查整改方案,对全县涉农项目建设的设施进行检查。

设备第二年开始丢,第三年就不剩啥

林甸县曾是大兴安岭南麓片区扶贫攻坚重点县,2020年脱贫“摘帽”,如今是乡村振兴重点帮扶县。

不久前,记者深入林甸县多个乡镇、村屯看到,田间一些大型喷灌设备用不了,零部件丢的丢、坏的坏的,有的因为“碍事”被拆卸。

在四季青镇新富村一处玉米地,一个喷灌设备“大架子”光秃秃立在地里。记者看到,设备轮胎已经瘪了,看不到电机、喷头 etc 零部件,变压器也不见踪影。

在记者追问下,新富村党总支书记带领记者在一个农户家找到了六七台变压器。“怕丢,存放在这里。”一名村干部说,自2013年回村任职,没看到这个大型喷灌设备运转过。

在四季青镇新民村,一大堆大型喷灌设备零件被摆在一个院子的角落里。“一次都没用过,只剩下架子和轱辘。”村干部告诉记者,设备第一年是用好的,第二年开始丢,第三年就不剩啥了。

当地干部介绍,上述大型喷灌设备是实施“节水增粮行动”时建设的。据了解,有关部门2012年至2015年为支持东北四省区实施“节水增粮行动”。

林甸县水务局有关负责人介绍,当时由县水务局负责招投标建设,分2012年、2014年、2015年三期实施,覆盖全县8个乡镇,总投资近2亿元。项目包括58个大型喷灌设备主体,以及水源井、变压器、埋设电缆线等配套设施。

除了四季青镇,记者还走访了林甸镇等多地,发现不少大型喷灌设备处于“建而不用、建而难用”状态。

记者了解到,林甸县“节水增粮行动”项目建设完成后,统一交给村屯、农户,所有设备以“谁受益谁负责”原则管理,在各村登记。记者在新富村采访设备管理情况,村干部以村委会设计没在家为由,没有拿出台账。

林甸县水务局相关人士介绍,属于“节水增粮行动”的大型喷灌设备,因为配件缺失、损坏等原因,目前能用的只占60%左右。

除了大型喷灌设备,有村民反映,前些年在各村兴建的一批抗旱水源井也有问题。

记者在林甸县多个村屯发现,保护抗旱水源井的铁皮房有的出现破损,有的没有配套设备,有的甚至消失。

记者在四季青镇新富村看到,井房内没有水泵,井房外只有孤零零的电线杆,未见电线连接。“水源井就是摆设,春季有旱情,只能花钱拉水浇地。”一名张姓村民说。

为何“建而不用”?

受访农户和基层干部告诉记者,一些大型喷灌设备、水源井“建而不用”背后有多方面原因。

多位受访者表示,大型喷灌设备更适合大型农场或连片农田。林甸县水务局相关负责人说,当地人把大型喷灌设备称为“大喷”。林甸县耕地面积有限,老百姓承包的口粮田少,地块分散,并不适合用“大喷”。而且,其运行会碾压周边农户耕地,引发矛盾。

有村民说,“大喷”建设时未经村民同意,直接占地建设,有的设备安装至今“动都没动”。

另外,使用花费大、维修成本高也是问题。有基层干部说,这类“大喷”是统一订购的,零配件坏了比较难买,价格也较贵。一个农户对记者说,用“大喷”浇地不划算,他们一般都用四轮车拉大桶水浇地。

“负担大,不如拆了。”新民村一名村干部说,“大喷”块头太大,每年还得补偿被占地农户500元。新民村有两套“大喷”,每年需补偿农户1000元,多年来该项支出累计已超过万元。

此外,一些“大喷”还会妨碍农机设备在田间作业。

“有的村民想拆,但县水务局说‘大喷’不能拆。拆不能拆,用不能用;立在那儿,东西丢了,我们还有责任。”一些村干部抱怨。

对于抗旱水源井,一些村民反映,一些水源井电线杆都立上了,但没通电,成了“半拉子工程”;一些水源井建设标准不高,而且建好后无人管护,成了“废井”。

在四季青镇,记者问及抗旱水源井的建造标准、管理归属、监管等问题时,四季青镇党委书记、镇长均没有明确答复。

多措并举强化涉农项目管护

党的二十届三中全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》提出:“健全脱贫攻坚国家投入形成资产的长效管理机制。”中国社会科学院农村发展研究所副研究员崔凯等专家表示,对于脱贫攻坚期间形成的扶贫资产,要有长远规划、严格管理机制,确保国家投入惠及百姓、长期发挥作用。

根据林甸县制定的排查整改方案,林甸县拟对全县涉农项目建设的设施,按照“可使用、维修后可用、已无法使用”做好分类管理。同时,加强管护,明确管护责任人,切实保障涉农项目发挥效益。

林甸县相关负责人表示,对列入村集体资产的基础设施,林甸县将开展常态化巡查,保障基础设施用起来,让涉农项目真正发挥作用。记者了解到,林甸县水务局已制定《林甸县水利抗旱设施管护办法》,进一步推动水利抗旱设施管护规范化。

业内专家认为,林甸县部分农业设施闲置并非个案,其他一些地方也存在类似情况。涉农项目建设需要科学规划,贴近百姓需求,增强村民参与度。应本着“当地实际需求什么,就规划建设什么”的原则,避免盲目投资、“拍脑袋”决策。同时,要结合实际,探索多元管护机制,防止出现“钱花了、人走了、工程废了”的现象。

受访基层群众表示,应加强涉农项目监管,钱怎么花的,标准是啥等,都要进行全透明公示。基层群众呼吁彻查问题项目,对涉农项目和资金强化日常管理,落实绩效评价,确保高效使用。

崔凯建议,农业基础设施要获得持续、良好的运营,应探索专业化、市场化运维模式,明确责任主体,建立长效机制。

(新华社哈尔滨9月10日电)

“2024年金秋消费季”正式启动

“多多丰收馆”上线 共庆农民丰收节

李康

9月7日,由农业农村部、商务部等部门联合发起的“2024年中国农民丰收节金秋消费季”活动在天津正式启动。电商平台拼多多联合中国农业电影电视中心,通过现场直播向广大消费者推介甘肃渭源等7个帮扶县的特色农货。

同一天,拼多多还联合平台30万农货商家共同上线“多多丰收馆”,全面覆盖蔬菜水果、水产海鲜、肉禽蛋奶、粮油米面等50万款农货商家,消费者只需在拼多多站内搜索“多多丰收馆”“丰收节”,即可一键拼购各地时令农货,与全国超1000个农产带一起促消费,庆丰收。

丰收节期间,拼多多还将投入10亿补贴资金、20亿流量资源包扶持新质农货商家,进一步提升农产品上行的质量和效率,推动农产区直连全国消费者餐桌,持续丰富广大消费者的“米袋子”“菜篮子”和“果盘子”。

各地农货登陆“多多丰收馆”

最近,全国各地农货迎来丰收季,河南温县铁棍山药、陕西周至猕猴桃、四川凉山会理石榴、江苏阳澄湖大闸蟹、福建平和蜜柚等悉数登陆“多多丰收馆”。

在河南焦作市温县,商家马为民种植的铁棍山药较去年产量增长40%,带动当地更多的农户加入种植、采挖、分拣山药的产业链中。

“以前,批发商掌握销售渠道和市场价格,农民没有议价优势。现在,我们通过拼多多,可以越过中间商直销全国,平台可以让我们更及时地掌握市场情况,及时调整山货种植规模。”马为民介绍,温县山药现在在刚刚上市,个人店铺日均销售已近300单,相比去年已经有了较大增幅,预计到10月份的集中采收期会更加可观。

在陕西周至县,当地的猕猴桃也刚刚上市,产量预计比去年增产20%,商家李维的店铺已经达到日均6000单。“拼多多起量快,推广工具简单高效,降低了商家的运营门槛,我们对今年的销量很有信心。”据李维介绍,为了给消费者带来绿色健康的猕猴桃,当地的商家从种植端便开始严控品质,不打药不催熟,只有自然成熟后才会采摘。

自去年爆火后,新疆水产品的热度一直居高不下。“入秋后,新疆原产的鱼虾销量较去年翻了一倍,尤其是高白鲑鱼的销量持续走高。”水产商家刘疆表示,高白鲑鱼主要产于新疆赛里木湖,因生长于高纬度冷水河湖,肉质白嫩鲜,一上线就倍受青睐。

据刘疆介绍,拼多多上存在相当一批高客单价的消费群体,他们对于鱼的品质和生长环境有着更高要求,新疆鱼养殖密度低,生长环境好,价格虽高但正对他们的喜好。刘疆在伊犁自营了500亩的渔场,产量现已供供不应求。

为让广大消费者都能品尝更新鲜的“鱼中上品”,刘疆一直坚持“现捕现杀”,每条高白鲑鱼的宰杀、清洗、打包过程,都会记录下来发给客户。此外,刘疆还对物流进行了升级,高白鲑鱼在产地捕捞后,第一时间进行气冻处理,再于当日运往乌鲁木齐空运至全国各地,“一二线城市的用户下单后,最快次日便可收到”。在刘疆的店铺,不乏“拼过3

次”“拼过6次”等回头客。

投入真金白银扶持新质农商

在“2024年中国农民丰收节金秋消费季”活动启动仪式现场,拼多多与中国农业电影电视中心联合打造直播间,来自河北省平泉市、湖北省来凤县、龙山县,贵州省雷山县,甘肃省渭源县等5个乡村振兴重点帮扶县代表,以及近10位京津冀相关农业协会、合作社、农企代表等走进访谈直播间,讲述当地扶贫故事,传递乡村振兴经验,为当地优质农产品“代言”。

除了访谈直播间,当日,5位来自中国农影MCN和拼多多的优质主播走进“多多直播间”,现场公益带货共计8场,连续直播15小时,涵盖粮油调料、传统滋补、外名酒、肉干海味等品类,吸引直播间观众连连点赞、拼单。

拼多多高级副总裁、首席发展官朱政在现场表示,本届丰收节期间,拼多多将投入10亿补贴资金、20亿流量资源包扶持新质农货商家,加大对优质农产品的促销力度,从普惠惠农、消费富农、科技强农等八个方面重点投入,持续普惠供需两端。

中国农业电影电视中心党委书记、主任宁启文表示,中国农影与拼多多共建直播间,共同征集帮扶县优质农产品进行现场直播推介,依托电商富农带农,助力农村电商水平高质量发展,激发了全国农产品消费市场活力。

近年来,拼多多持续深入农业生产前端,利用平台优势,助力科技小院农研成果顺利对接全国大市场。据悉,9月19日,拼多多将联合央视新闻,邀请全国各地科技小院师生相聚于大理洱海,搭建科技小院农产品市集,邀请农业科技专家学者和网红大咖走进拼多多直播间,展示科技小院科研成果。届时,包括竹笋、沙棘、石榴、滩羊、狮头鹅等农产品的最新农研改良成果将在直播间与全国网友见面。

“作为腿上有泥的新电商,拼多多坚持做中国‘三农’的服务者,将继续扎根农业,在搭建产销对接平台、推介助力农业品牌、促进优质农产品消费和农民增收等方面主动作为,坚持长期投入,与中国农民、农业共同成长。”朱政说。



5位乡村振兴重点帮扶县代表走进拼多多直播间,为当地特色农产品“代言”。