

两代人的买菜观为何不同

如今,越来越多家庭依靠老人帮把手带孩子。生活在一起的两代人,在买菜上存在挺大差异:父母往往喜欢逛菜市场或在线下超市买菜,年轻人则更爱在线上平台下单。当然了,父母总会“嫌弃”年轻人买的菜又贵又不新鲜。

一边是父母的精打细算,一边是年轻人随看随买,真的只是观念问题吗?

再常见不过的买菜场景背后,涉及两个非常重要的经济学概念:机会成本与不完全信息。

简单来说,机会成本就是当你选择了一件事,放弃的做其他事情的机会。以买菜为例,早上你选择花两个小时去菜市场买菜,这两个小时你就不能用来做其他工作或休闲活动,这些就是你去菜市场买菜的机会成本。

年轻人工作压力大,休闲时间

少,即便周末也有很多人不愿把宝贵时间花在买菜上。动动手指网上下单,快捷简单还能送货上门。年轻人愿意为省事支付溢价,也更愿意省下逛菜市场的精力做其他事。

相较而言,老人休闲时间比较充足,逛菜市场的机会成本就小很多,许多老人在接送小孩途中顺便就把菜买了。

事实上,逛菜市场对很多老人来说不仅是购买食材的过程,也是一个社交的机会,其意义在于“逛”:在货比三家中消磨时间,与熟悉的小摊小贩聊聊天,抹个零头、要根小葱获得的满足感,不亚于反复挑选购得满意菜品。

不完全信息则是因为不知道市场的全部事实或情况,带来了决策的难度和不确定性。信息搜寻可以降低不完全信息程度,帮助消费者做出比较理想的购买决策。但信息

搜寻也是有成本的,回到买菜这个话题,为了买到相对物美价廉的菜品,所花的时间和精力就是信息搜寻成本。

一般而言,线下买菜过程中,能直观了解蔬菜的质量和新鲜程度,可以挑挑选选,价格也相对便宜。父母经历过物资匮乏的时代,更注重节俭和性价比,愿意花更多的信息搜寻成本讨价还价,买到更新鲜、更便宜的菜。大多数年轻人不知道哪个商家的菜更便宜、更新鲜,也缺乏足够时间和精力去搜寻更多更充分的市场信息。对父母来说,不管是对菜市场信息的了解程度,还是付出信息搜寻成本后买到“好菜”的满足感,都远超年轻人。

对年轻人来说,网上买菜一目了然,信息搜寻成本小很多。但老人多数不熟悉移动互联网应用,在线上买菜等日常生活中的信息服务面前感

到不习惯、不便利,使用手机买菜反而会增加“学习成本”和信息搜寻成本。

此外,不少父母有晨练的习惯,锻炼时与其他人交流买菜经验,周边各类菜市场的信息就掌握了,有效解决了信息不对称问题,回家路上还能顺便把菜买了。

所以说,父母利用丰富的生活经验,在线下场景中更容易发挥自己的优势选购好菜品;熟练掌握各类互联网应用的子女,线上下单直观方便,也能不时薅到电商平台活动的“羊毛”。

从经济学视角来看,两代人的买菜观念虽然差异较大,但其买菜行为都是“理性”的,各从所需,各受其利,并且都实现了自身效用的最大化。

张元钊

小份菜受欢迎效益大

今年以来,新疆、山西、黑龙江等多地发出倡议,引导和鼓励餐饮企业推出“小份菜”“半份菜”,进一步遏制“舌尖上的浪费”,受到广大消费者欢迎。

推广“小份菜”“半份菜”,既能满足消费者多样化的饮食需求,又能减少食物浪费,一举两得。但也要看到,由于分量不明、价格过高、种类单一等原因,小份菜推广仍面临诸多问题,还需要各方共同努力,让小份菜

发挥更大潜力。

一方面,相关部门要细化政策,支持小份菜推广。鼓励餐饮企业推出小份菜,仅靠倡议远远不够,还应出台相关激励政策,推动更多餐饮企业积极加入小份菜制作队伍。同时,还需建立更加完善的食品安全监管体系,确保食材来源可靠、食品卫生符合要求,让小份菜更好推广普及。

另一方面,餐饮企业应“修炼内功”,满足消费新需求。小份菜的出

现,打破了传统餐饮“一份起售”的限制。餐饮企业不妨继续创新经营模式,比如,根据消费者的口味偏好、食量大小以及消费预算,增加更多个性化和多样化菜品供给。同时,企业应加强管理,通过精准测算和控制食材用量,减少因浪费而产生的额外成本,在保证菜品品质的前提下,保持价格优势。

此外,还应在全社会提倡节约意识。有的商家为了让消费者多“点

菜”,推出点得越多、优惠越多的营销手段,导致不少消费者因过度点餐而造成食物浪费。对此,消费者应树立珍惜粮食、杜绝浪费的观念,养成良好消费习惯,适度消费、合理点餐;餐饮企业也可探索通过积分兑换奖励等措施,引导消费者购买小份菜品,营造厉行节约、反对浪费的良好社会风气。

耿丹丹

厨师给菜加止泻药,暴露了哪些问题?

最近,有媒体报道,为防止顾客就餐后拉肚子,南通一酒店的厨师在菜肴里添加庆大霉素。经法院审理,两名被告人因犯生产、销售有毒、有害食品罪,分别被判处有期徒刑二年及一年六个月,宣告缓刑,并处罚金共计16万元。

涉事厨师有两人,一个是厨师长沙某,另一个是厨师付某。他们被迫刑责,纯属咎由自取。《中华人民共和国食品安全法》第三十八条明文规定,生产经营的食品中不得添加药品。而他们添加的硫酸庆大霉素注射液,还是处方药。庆大霉素虽可以止泻,但有严格的适应症和致聋风险,可能对人体造成不可逆转的伤害。他们给菜加药不是一两天,在被举报之前一直这么干。仅仅有据可查的,添加了该药品的烩菜就达1612份,真不知多少食客被祸害。

这样的操作,真让人“掉下巴”。这是对消费者权益的极端漠视,更是对食品安全底线的公然挑战。他们加药的菜,不是普通菜,而是鸡汁烩花胶、鸡汁烩蹄筋等“头盘”。这绝不是什么“好心”,而是对食材毫无信心,为了掩盖问题而走歪门邪道,不啻于变相投毒。

这一事件被发现,是因为酒店员



图/李帅

工举报。这种“内部人”的举报当然非常奏效,但也存在较大偶然性。假如酒店内部沆瀣一气呢?而且在涉事酒店,这种奇葩的加药行为持续了接近一年时间,这是否说明餐饮行业的安全监管依然存在较大盲区?令

人担忧的还有,为什么在涉事酒店里会有人对此置若罔闻、视而不见?这种加药行为,到底是不是一种潜规则?

很多酒店、餐馆的后厨,消费者是看不见的。怎样才能将其置于阳

光之下?一方面,这需要相关部门做好常态化监管,加强抽检,及时发现并消除隐患。另一方面,现在很多地方都提出“互联网+明厨亮灶”,依托互联网及AI技术,推进餐饮服务单位监管现代化。这些说法很“高大上”,但如何真正落地,让后厨的生产、加工流程直接展现在消费者眼前,还是需要好好下一番功夫的。

令人震惊的还有,涉案的庆大霉素都来自于某连锁大药房的同一家门店。该酒店勒令工张某,在未提供处方的情况下,一般每次购买100盒,最少也有10盒。而药店也就卖了。这是不是揣着明白装糊涂?欣慰的是,案发后检察机关已针对本案食品非法添加和处方药违规零售行为予以行政公益诉讼立案,并依法向市场监管部门制发检察建议,督促对相关违法行为依法作出行政处罚。涉事酒店已被市场监管部门罚款118万余元,吊销《食品经营许可证》。

作为个案,此案或已画上句号,但对于事件的追问,不能到此为止。只有不断提高监管水平,牢牢守住关口,并加大对举报的悬赏力度,才能保障好老百姓舌尖上的安全。

王学义

食品标签理当让人一目了然

为了规范食品生产经营者标签标注行为,加强食品标签监督管理,保障消费者清晰辨识食品标签合法权益,日前,国家市场监督管理总局发布《食品标签监督管理办法(征求意见稿)》,为期一个月向社会公开征求意见。征求意见稿提出多项强化措施,在加强食品安全监管的基础上,充分保障消费者知情权和选择权。

食品标签被称为食品的“身份证”,记载了厂家、生产日期、保质期、配料以及营养成分等信息。这使得食品标签是食品生产经营者向消费者传递食品信息的载体,也是消费者了解食品成分、特征等重要信息最直

接、最普遍的方式,是消费者选择商品的重要依据。换言之,食品标签虽小,却和食品安全息息相关,关乎消费者的切身利益。这决定了食品标签应当标明的事项。但只是笼统规定食品的标签、说明书应当清楚、明显,生产日期、保质期等事项应当显著标注,容易辨识,对食品标签的具体位置、颜色等没有明确、详细规定,这就让食品生产厂家有空可钻,致使食品标签问题频频。

此次向社会公开征求意见,则从多个方面进一步规范细化食品标签标注,对当下食品标签的问题提出了优化改进之策,真正做到一目了然。比如,办法对预包装食品标签上生产日期和保质期到期日的尺寸、背景颜

色等信息进行了明确规定。还严格食品名称标注要求,要求预包装食品标签上应当标注反映食品真实属性的名称,意味着食材配料要标清楚,不能模棱两可。这些新规对症下药,具有很强的针对性、务实性。在客观上有助于更好地保障消费者的知情权和自主选择权,提高消费便利度,真正发挥为消费者购物选择提供参考作用。

当然,随着办法的出台,我们希望市场监管部门进一步强化执法,食品企业自觉严格按照新规主动整改,消费者积极依法维权。

何勇

《经济日报》

坚定推进粮食购销市场化改革

粮食是关系国计民生的特殊重要商品,粮食购销市场化改革潮流不可逆转。党的二十届三中全会通过的《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》强调,统筹推进粮食购销和储备管理体制机制改革,建立监管新模式。对此,要进一步深化粮食购销体制机制改革,充分发挥市场配置资源的决定性作用,更好发挥储备粮稳市、恤农等作用,保障国家粮食安全。

粮食购销一头连着生产者,一头连着消费者,是保障粮食安全的重要环节。我国粮食购销管理体制机制改革波澜壮阔,经历了从统购统销到全面市场化的重大而深刻的转变,背后是粮食供求实现了由长期短缺到总量基本平衡、丰年有余的历史性跨越。改革开放以来,我国深入推进农村改革,实行家庭联产承包责任制,调动了农民生产积极性,粮食产量连年大幅增长。在此基础上,1985年,我国探索推进粮食购销管理体制机制改革,取消粮食统购,实行合同定购;定购以外的粮食可以自由上市;1993年,取消粮食统销,放开粮食价格和经营,告别了“粮票时代”;2004年,全面放开粮食购销市场、粮食价格,彻底结束统购统销,至今已有20年时间。

实施粮食购销市场化改革,彻底改变了国有企业垄断粮食购销的局面,国有企业、民营企业、个体粮贩、用粮单位、加工企业等多元化经营主体可以平等自由地进入市场购销粮食,参与市场竞争,在调动农民种粮积极性、促进粮食增产、推动粮食产业高质量发展方面发挥了重要作用。2004年以来,我国粮食生产实现“二十连丰”,全国粮食总产量从2004年的46947万吨提高至2023年的69541万吨,为保障

粮食安全奠定了坚实基础。在保障粮食和重要农产品有效供给基础上,我国以粮食购销市场化为契机,深入推进农业结构调整,强化“产购储加销”协同保障,推动粮食生产、仓储、物流、加工等粮食流通各环节有机衔接,构建粮食全产业链经营体系,促进粮食领域一二三产业融合发展。粮食市场更加繁荣,产品更加丰富多样,基本形成大粮食、大产业、大流通、大市场的新发展格局。

粮食购销市场全面放开后,粮食价格在国内外各种因素叠加影响下波动频繁。价格的暴涨暴跌会影响种粮农民收入、人民群众生活,影响物价稳定以及经济社会发展大局。必须统筹考虑粮食购销改革与储备管理体制机制改革,不断完善粮食储备体系,增强国家宏观调控能力。党的十八大以来,我国不断改革完善粮食储备管理体制机制,形成中央储备与地方储备、政府储备与企业储备互为补充、协同发展的全社会储备共担机制。目前,已经逐步构建起与大国地位相符的粮食储备体系,政府储备粮规模结构布局持续优化,各类粮食企业库存处于较高水平,家庭储粮水平不断提升,全社会储粮层次更加丰富,防范化解风险挑战的能力持续提升,经受住了重大自然灾害、重大突发公共卫生事件的一次次考验。

也要看到,近些年来,粮食购销领域“转圈粮”“空气粮”“人情粮”“国皮民骨”“影子股东”等涉粮腐败问题层出不穷,严重危害国家粮食安全和人民群众利益。应建立监管新模式,持续深化粮食购销领域腐败问题专项整治,充分运用信息化智能化技术实现“二十连丰”,全国粮食总产量从2004年的46947万吨提高至2023年的69541万吨,为保障

超市开食堂是门好生意吗?

□王晋

近期,北京、广州、武汉、长沙等地多家超市开起了“便民食堂”,人均消费20元左右,其中有的超市还推出自助餐模式,引发关注。

超市开食堂是门好生意吗?听上去确实不错,依靠超市的客流,通过餐饮让顾客延伸消费,或者为超市引流,感觉是个“顺水推舟”的好生意。

这种形式虽然看着新鲜,但并非业态创新。早在多年前,永辉超市、盒马鲜生等都推出过超市餐饮服务,把超市的一个片区单独开辟出来,就近加工消费者在超市购买的食材,比如海鲜、肉类等,只收取较低加工费。当时,业内把这种业态创新称为“超级物种”,一时引得各家效仿。

与“超级物种”不同的是,这一波超市“便民食堂”,主打以极致性价比打动消费者,尤其是吸引了一批追求“不是餐厅去不起,而是超市食堂更有性价比”的年轻客群。由于利润较低,吸引更多客流成为超市追求的目标。

餐饮考验的是复购,人们会因为便宜而消费,但一定是因为好吃

且便宜才会不停消费。有时,消费者为了美食可以忽略价格,甚至愿意为美好的餐厅环境买单。对超市食堂来说,想要与餐饮品牌竞争,口味是最重要且最难的关卡,食品安全品控、创新菜单、就餐环境等同样是考验。新鲜劲儿过后,超市食堂能否持久让人打个问号。

一位业内经营者的感慨很有启发,“这么多年来,每年零售业都会有不同的风口,引导不少企业跟风。自己是什么基因自己最清楚,自己面临的问题也只有自己才能解决。学习交流当然很好,但谁都不能完全复制谁,我们都只能努力服务自己的客群,争取成为最好的自己”。

乱花渐欲迷人眼,商品才是硬道理。在零售业,多年来都强调的“人货场”依然是重中之重。人,客群和员工;货,供应链能力;场,卖场主阵地。希望超市在不断开展创新的同时,继续深耕市场,专注商品和管理,做强供应链,经营好卖场环境,以对商品和服务的极致追求赢得持久竞争力。

(本版稿件仅代表作者个人观点)

征稿启事:

本版关注的是乳业界的热点话题,常有业内外知名专家、学者参与话题的讨论。如果您有见解独到,论点鲜明,论据充足的稿件,欢迎您投稿。稿件请以电子版的形式发送。

邮箱:rysb2007@163.com