

## 茶饮甜品跨界营销是喜还是忧?

继中药奶茶之后,近日,38元一份的中药冰淇淋、52元一个的中药面包又冲上热搜。消费者的质疑也随处可见。江苏省消费者权益保护委员会提醒:食材上的跨界尝试或者推出周边联名套餐,都只是锦上添花的营销手段,要将火爆“流量”转化为稳定“留量”,企业还应做好产品本身的提质升级。

中药材与茶饮、甜品的搭配让不少喜欢尝鲜的年轻消费者眼前一亮。除了通过食材“跨界”吸引广大消费者注意,许多食品品牌还酷爱跨界与文化、游戏IP联名,以实现出圈。部分消费者质疑“中药冰淇淋是否有养生功效?”“茶饮联名套餐周边限量、数量少是否在饥饿营销?”医务工作者给出了明确答复:中药冰淇淋没有养生功效,且药补食疗需要对症下药,长期使用,中药冰淇淋无法根据每个人的情况对症下药,不宜长期食用。

此外,部分食品品牌推出的联名套餐“翻车”,也引发消费者吐槽。江苏省消费者权益保护委员会认为,无论是食材“跨界”还是与热门IP联名,都体现出了茶饮、甜品行业激烈竞争、同质化严重的生存现状。各品牌通过跨界迎合更多消费者的兴趣点无可厚非,但经营者如果在营销过程中为了收获流量,故意营造噱头夸大宣传、打法律擦边球的“擦边球”、违背公序良俗或者漠视消费者需求进行“饥饿营销”等,不仅会令消费者反

感,还涉嫌违反广告法、消费者权益保护法等相关规定,侵犯消费者的合法权益。

江苏省消保委建议,相关经营者要遵纪守法、诚信经营。根据广告法、消费者权益保护法相关规定,经营者应当提供真实、全面的产品信息,对消费者的疑问进行充分告知,不得作虚假或令消费者误解的宣传,经营过程中应遵守法律法规及公序良俗,尊重并自觉维护消费者合法权益。

行业花样“内卷”趋势下,茶饮、甜品等行业新产品、新玩法的不断涌现,契合了年轻一代文化认同感强、注重个性化和趣味性、追求情绪价值的消费特点。经营者可通过多种方式及渠道了解消费者的购买意愿,尊重消费需求,合理预估需求量,准备合适数量的周边产品。同时,经营者还应提升管理水平,打造良好的消费体验。

“跨界”只是锦上添花营销手段,要将火爆一时“流量”转化为长期稳定“留量”,企业还应做好产品本身的提质升级。茶饮、甜品行业“狂飙”路上的立足根基还是食品安全。当前,茶饮、甜品行业加盟店多且分散,制作环节及流程相关标准的缺失,经营者应制定标准化操作流程,进行规范化管理和生产,重视食品安全、服务及售后问题,赢得更多消费者信任。

中国消费者报

媒体声音

《经济日报》

## 早稻减产无碍粮市稳定大局

粮食产量的增减总是牵动人心。根据国家统计局近日发布的数据,今年早稻播种面积为7132.2万亩,比上年增长0.5%。全国早稻总产量563.5亿斤,同比下降0.6%,连续4年达到560亿斤以上,总体保持了稳定。早稻减产对国内稻谷稳定供应的影响非常有限,无碍粮市稳定大局。

水稻是我国重要的粮食作物之一,常年种植面积约占全国粮食面积的25%,产量约占全国粮食产量的30%,全国60%的人口以稻米为主。水稻分为早稻、中稻和晚稻,按2023年产量计算,早稻产量约占水稻总产量的13.7%,约占全国粮食总产量的4%。我国稻谷总产量常年保持在2亿吨以上,连续多年连续产大于需的格局,稻谷库存充足,完全能够确保市场稳定供应。从全年粮食生产来看,我国粮食生产分为夏粮、早稻和秋粮三季,今年夏粮增产较多,一定程度上弥补了早稻减产带来的不利影响。从价格来看,受国内早稻减产的影响,今年早稻收购价格高开高走,但对拉动稻谷市场整体走强的作用不明显。

今年早稻减产,是气候灾害所致。早稻广泛种植于浙江、安徽、福建、江西、湖南、湖北、广东、广西、海南、云南等南方省份,今年多地遭遇多轮强降雨。根据国家统计局农村司负责人的解读,4月中旬以后,广东等地出现多轮强降雨,早稻生长期有所推迟。6月份,湖南、江西等大部产区降雨偏多且持续时间较长,部分抽穗开花期的早稻遭遇“雨洗禾花”,且长期阴雨寡照天气不利于早稻光合作用,稻谷空粒、瘪粒增加。局部地区发生严重洪涝灾害,导致部分低洼田块成灾或绝收,对早稻生产造成不利影响。7月份,主产区大部天气晴好,利于早稻灌浆成熟收获,一定程度弥补了前期恶劣天气对早稻生产造成的不利影响。

早稻减产警示我们,气候灾害仍是当前影响粮食产量波动的重要因素之一。我国是自然灾害多发的国家,虽然通过深入实施藏粮

于地、藏粮于技战略,不断增强粮食综合生产能力,粮食防灾减灾救灾能力有了显著提升,打破了“两丰两歉一平”的农业周期性波动规律,但一些地方还没有完全摆脱“靠天吃饭”的命运。近年来,受全球气候变暖影响,农业灾害极端性、异常性、突发性大大增强,给我国粮食生产带来严峻挑战。现在距离秋粮丰收还有一个多月时间,秋粮生产还有可能面临高温干旱、渍涝、早霜、寒露风、洪涝等气候灾害,要始终绷紧粮食防灾减灾这根弦,丝毫松懈不得。

秋粮是全年粮食生产的大头,约占全年粮食总产量的四分之三。在今年秋粮作物生长的关键期,河南等地发生严重暴雨洪涝灾害,给农业生产带来不利影响。从中央到地方,高度重视粮食防灾减灾救灾。8月份,中央财政下达水利救灾资金6.49亿元,支持辽宁、吉林、黑龙江、安徽、福建、山东、河南、湖北、湖南、广西、重庆、四川、陕西、甘肃14个省份做好台风、洪涝水利防汛救灾相关工作。各地全面落实农业防灾减灾各项措施,积极做好农田排涝除渍、扶苗追肥,最大程度减少农业损失。继续落实好各项稳产增产政策和科技措施,加强肥水管理,强化病虫害监测预警和统防统治,尽力多增产,实现以丰补歉,确保全年粮食稳产丰收。

从长期来看,进一步提高粮食防灾减灾能力,是有效应对气候灾害的重要举措。应强化高标准农田建设,早能浇、涝能排,真正实现旱涝保收。强化科技支撑,在粮食生产重点县加强灾情监测智能化水平,进一步提升监测时效性和准确性,推动粮食生产从“看天吃饭”向“知天而作”转变。强化品种培育,筛选推广一批耐高温干旱、耐渍涝、抗病虫等抗逆抗病虫害优良品种,筛选适用于灾后改种补种的短生育期品种,有效减轻自然灾害损失。支持移动式烘干机、履带式拖拉机等防灾减灾农机具研发制造和推广,在防灾减灾救灾中充分发挥“农机力量”。

坊间杂议

## “烂苹果”送往果汁企业,监管不能“摆烂”

□郭元鹏

近日,网友王先生发视频称,在陕西咸阳礼泉县发现给食品厂运水果的货车散发出酸臭味。媒体调查发现,这些果子准备运往礼泉安德利果蔬汁有限公司。不少广告都宣称“选用最新鲜的水果”,但现实每每会暴击消费者的幻想。彻查烂苹果榨汁的产销链条,并依法依规严肃处理,才能不断规范果汁生产,恢复消费者信心。(9月1日《福建日报》)

送往果汁企业的“烂苹果”,牵动着社会各界对于食品安全的关注之心。近年来,随着消费水平的提升,人们对食品安全和产品质量的要求日益增高。然而,不断有类似“烂苹果”的丑闻出现在我们的视野中。“烂苹果”制造的果汁,喝坏的不仅仅是老百姓的胃,还有社会管理的消化系统。

更为可怕的是,运往果汁企业的“烂苹果”,似乎已经成了行业的秘密和惯常现象。从既往媒体的报道来看,类似的情况一再发生,不管是专门的生产企业,还是街头的摆摊摊点,都出现过这样的情况。为什么有这样的事件一再发生?这其中必然存在管理缺失和监管不到位的问题。作为监管部门,面对“烂苹果”事件,绝对不能摆出一种“摆烂”的态度。

出现在果汁企业的除了“烂苹果”,还有“烂橘子”“烂橙子”“烂西瓜”“烂黄桃”“烂西瓜”等等。之所以这么多的“烂水果”摇身一变就成了“美味佳肴”,一个原因在于“变成果汁之后难以发现好毒”,而更大的原因则在于监管的失守:从产地到运输,从企业到市场,从市场到餐桌,一个个维护舌尖安全的关口被突破,被占领,被践踏,层层环节都成了摆设。媒体能发现的问题,监管部门发现不了?监管部门是没有“火眼金睛”还是“故意装瞎”?一个社会文明程度的体现,恰恰是在这些细微的、日常的监管的要求日益增高。然而,不断有类似“烂苹果”的丑闻出现在我们的视野中。“烂苹果”制造的果汁,喝坏的不仅仅是老百姓的胃,还有社会管理的消化系统。

更为可怕的是,运往果汁企业的“烂苹果”,似乎已经成了行业的秘密和惯常现象。从既往媒体的报道来看,类似的情况一再发生,不管是专门的生产企业,还是街头的摆摊摊点,都出现过这样的情况。为什么有这样的事件一再发生?这其中必然存在管理缺失和监管不到位的问题。作为监管部门,面对“烂苹果”事件,绝对不能摆出一种“摆烂”的态度。

(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。

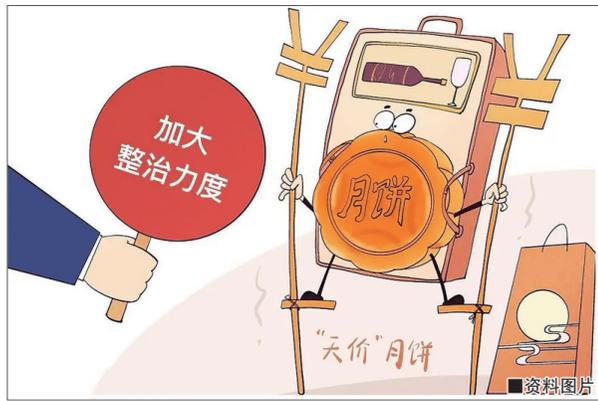
邮箱:rysb2007@163.com

## 遏制“天价”月饼莫松劲

为持之以恒遏制“天价”月饼,近期,国家发展改革委、工业和信息化部、商务部、市场监管总局等四部门对相关工作进行了专题研究部署。(8月28日新华社)

看罢新闻,不禁好奇,一块小月饼为何引起四大部门“垂注”?按理说,市场才是资源配置最有效率的形式,应把市场能有效调节的经济活动交给市场,而不必麻烦“看得见的手”。月饼市场引来监管关注,问题就出在市场调节失灵上。作为流传千百年的普通节日食品,月饼应是家家户户都能吃得起的食物,从来没有贵到百姓高攀不起。但是近年来,诸如“天下第一月饼12888元”“纯金至尊月饼99999元”“标价30万元的月饼内含一套房”“世界最贵月饼815万元”之类新闻不绝于耳,引起惊讶也触发不满,市场化到了这种地步,月饼市场被“重点关照”,不是很正常吗?

问题还远不止如此,“洋葱”一层一层剥下来,“天价”月饼至少有“四重罪”:直接吃亏的是消费者,一盒普通月饼成本不过数十元,由于“天价”月饼的搅局,这盒月饼到消费者手上就可能要数百元甚至更多;隐形受伤的是行业,“天价”月饼



企业就像一头闯进瓷器店的“公牛”,追求暴利,扰乱市场,让老老实实的企业日子不好过;吃哑巴亏的是环境,“天价”月饼往往热衷于豪华包装,纸张、木材、金属、塑料等各种材料都用上,里三层外三层包个严实,既造成资源浪费,助长奢靡之风,也违背绿色理念;潜在风险是“四风”回弹,有些“天价”月饼经销商毫不忌讳自身产品的定位——送

礼。每到春节、中秋节等传统节目前夕,各地纪检监察机关都照例发出廉洁过节提醒。

谁说只有孙悟空善变?“天价”月饼亦不逊色。2022年,国家发展改革委等四部门发布公告,表示要对单价超过500元的盒装月饼实行重点监管。随后,月饼市场频频上演“变形记”。有的标价499.99元,与500元的“红线”仅差1分钱;有的单价不超

500元,产品运费却要600元;有的线上定价449元,但注明“拍2为1盒”……诸如此类,不一而足,玩的就是“上有政策、下有对策”的“小聪明”。

和“天价”月饼斗智斗勇,必须有谋略、有章法,找到关键的问题和问题的关键,有的放矢,以期“见血封喉”。从生产环节上着眼,强化源头治理;从销售环节上着力,加强市场监管;从消费场景上着手,线上线下等量齐观;从行业自治上着墨,发挥行业协会作用。在日常监管中注意不要平均用力、眉毛胡子一把抓,要特别关注重点企业、重要场景。比如,对一些“不听话”“有前科”的企业重点监测,发现苗头性问题线索之后,及时督促整改,引导企业依法依规经营;对重点电商平台投入更多监管力量,提高监管“在线时长”。当然,还要狠刹“需求”,紧盯目标客户,让人不想收、不敢收。

要打“组合拳”,还要“天天练”。对“天价”月饼整治既要重点发力,也要绵绵用力,以绳锯木断之功,让月饼回归大众食品本位。

练洪洋

## “小饭桌”虽小 监管不可少

半月谈记者近期调查发现,当前一些地方的“小饭桌”存在消防、健康等安全隐患,缺乏严格监管。

“小饭桌”,即校外托管机构。尽管眼下多地学校提供了校内托管服务,但因校内托管不包餐、时长有限等局限性,许多双职工家庭宁愿把孩子“打包”给“小饭桌”——“起锅管饭,家长不用折腾”。尤其是在寒暑假期间,并非所有学校都有条件开办校内托管服务,不少家庭只能把孩子交给校外托管。

家长看似省心了,“小饭桌”的隐患却不小。且不说有些本就是“黑户”,无证经营是常态,更有“小饭桌”在家摆几套桌椅就敢开办,松弛感与风险性一起拉满。就如记者在走访时发现,有些家庭作坊式“小饭桌”直接设置在居民楼内,厨房与课堂仅一墙之隔,而且窗外装有铁栅栏,一旦发生火灾等安全事故,后果不堪设想。

校外托管不能“脱管”。有需求就有市场,有市场也应有规范。无证经营的“小饭桌”屡禁不止,从侧面反映

出校外托管市场的旺盛需求。对于这一需求,商家应积极回应,而非浑水摸鱼。倘若市场失序,让无证“小饭桌”泛滥,不仅会挤压正规“小饭桌”的发展空间,也在为行业发展“埋雷”。对此,相应规范管理应及时跟上。

首先要管得住。应尽快建立健全相应管理条例,为“小饭桌”设置市场准入门槛,比如细化人均活动面积、餐饮质量、人员配置等硬件要求。其次也要“放得活”。校外托管的市场需求客观存在,如何有效盘

活,让行业健康发展更为重要。“小饭桌”看似小,实则涉及接送、看护、餐饮等多个业务,对应着消防、公安、市监、卫健等多个部门,若是“九龙治水”,必然难理出头绪。对此,需创新管理办法,探索协同监管机制,在压实各方责任的同时,不妨加强信息共享,切实优化“小饭桌”的资质审核流程,做到“管有术、放有道”,“小饭桌”才能越办越香。

陈文杰

## 把风险管控融入制度嵌入管理

食品安全是人民群众最关心、最直接、最现实的利益问题之一,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》提出,“完善食品药品安全主体责任体系”。我们要全面把握全会对食品安全工作作出的重要改革部署,完善深化食品安全领域全过程改革的顶层设计和政策措施,加快构建统一权威高效的食品安全监管体制,为推动我国食品行业高水平安全和发展提供坚实的制度保障。

随着市场监管总局近日正式公布第二批62项《食品安全风险管控清单》,并同早发布的33项清单共同构建起一个全面覆盖食品生产经营各业态、各类别的风险管控体系,

这一举措无疑为我国食品安全监管工作树立了新的里程碑。这一系列清单的出台,不仅彰显了国家对于食品安全问题的高度重视,更体现了监管部门在风险管理上的精细化、科学化、系统化思维。

首先,95项《食品安全风险管控清单》的详细制定,是对食品生产经营全链条、全环节的深度剖析与精准把脉。通过明确不同业态、不同类别食品的风险控制环节、风险点、风险描述及对应的管控措施、目标、频次和责任人员,为企业提供了一个清晰、可操作的风险防控指南。这不仅有助于企业更加科学地识别潜在风险,还能指导其制定更加精准有效的防控策略,从而在源头上降低食品安

全事件的发生概率。

其次,这一清单体系的建立,对于提升整个食品行业的风险防控能力和水平具有重要意义。通过标准化、规范化的风险管控流程,促使企业在日常管理中更加注重细节,强化内部管理,确保每一项操作都符合安全标准。同时,清单的发布也为企业之间的经验交流、信息共享提供了平台,促进了整个行业的共同进步和发展。

更为关键的是,将食品安全风险管控要求融入企业现有管理制度、嵌入日常管理之中,是实现食品安全长效管理的重要途径。这要求企业不仅要被动接受监管,更要主动作为,将风险防控理念内化于心、外化于行,形成自上而下、全员参与的风险

管理机制。只有这样,才能真正实现食品安全风险的防可控,切实保障人民群众“舌尖上的安全”。

路虽远,行则将至;事虽难,做则必成。总之,市场监管总局发布的《食品安全风险管控清单》是一项具有深远意义的举措。它不仅为食品生产经营企业提供了科学、实用的风险防控工具,更为推动我国食品安全监管体系的不断完善和进步奠定了坚实基础。我们期待在未来的日子里,随着这一体系的深入实施和不断完善,我国的食品安全状况能够得到进一步改善和提升,让人民群众吃得更加放心、安心。

刘彤