

网红面包物有所值吗

当茶饮和咖啡品牌纷纷投身“9.9元价格战”时,烘焙赛道却呈现一种截然相反的景象。30元一枚的蛋挞、50元一条的吐司在网红面包店已不鲜见。

这样的价格消费者能接受吗?记者随机采访了两位顾客。一位年轻顾客坦言:“确实不便宜,但偶尔买一次还能接受。”另一位顾客直言:“有些网红产品用料堆砌,吃起来还不如超市2元的菠萝包。”小小面包,为何能卖出堪比正餐的价格?

在北京西单等热门商圈,几家大型商场内密集分布着十几家网红面包店。记者发现,这些门店内几乎难觅10元以下的单品,产品价格普遍集中在20元至60元区间。

除了价格高,排队长也成为网红烘焙店的标志性现象。社交平台上,不乏消费者分享自己为买到某面包店新品,排队好几个小时的经历。记者在北京三里屯太古里探访时,看到一家面包店排起了长队,有顾客表示:“专门来这家网红店打卡,准备拍

照发朋友圈。”

原料成本上涨是面包涨价的重要因素。一位面包店店主透露:“现在在很多品牌都在‘卷’原料,很多配料价格都在涨。”

隐性成本同样不容忽视。一位从业10余年的烘焙师指出:“培养一名合格烘焙师耗时数月,人力成本高于茶饮等行业。”同时,烘焙行业的“高报损率”也导致成本升高。某烘焙店店主举例:“榴莲千层每块售价52元,如果当天有几块卖不出去,成本亏损近百元。”因产品保质期短,当日未售出的产品只能扔掉,这部分损耗是计入定价的。为维持品牌热度,网红烘焙店不断推出限定产品、品牌联名、线下品鉴等营销活动,相关投入也最终反映在定价中。

中国农业大学副教授谷征指出,从产业链角度看,网红面包受原料、加工、运输等多环节影响,叠加房屋租金、人力等运营支出,定价自然走高;从竞争战略层面看,其本质是差异化竞争。与商超面包“薄利多销”

的模式不同,网红面包需要持续创新来吸引顾客,走的是“高投入、高定价”的路线。

为何高价策略能够走通?社交平台作用不容小觑。在各大内容平台,有关“面包店推荐”“网红店必买款”等类似话题持续发酵,浏览量动辄上百万次。而探店打卡、新品测评等衍生内容不断涌现,更是增强了网红面包的社交传播力与话题热度。

中国食品产业分析师朱丹蓬认为,网红面包精准切中了年轻群体对情绪价值与新鲜体验的双重需求,在供需高度契合的背景下实现快速崛起。

然而,繁荣背后,危机已现。曾被视作“网红面包鼻祖”的85度C,已于10月28日关闭北京最后一家门店,并在杭州、上海、南京等多地收缩业务。天眼查数据显示,近5年烘焙相关企业注册量逐年下降。

产品同质化是行业痛点。当“生吐司”“蛋挞”“可颂”等品类被反复复制,创新乏力问题凸显。许多消费者调侃,所谓新品不过是“抹茶、芋泥、

麻薯、巧克力”等馅料的排列组合,口感趋同。此外,“黄牛”扰市与排队体验感差等问题,持续消耗消费者对品牌的好感。记者在二手平台观察到,网红面包代购已形成产业链,根据购买量,每单加价20元至40元不等。这种人为营造的“稀缺”正在损害品牌信任度。

面对挑战,网红烘焙品牌路在何方?谷征建议,品牌应持续在研发上投入,探索低糖、低脂、高纤维的健康产品,通过原料与工艺革新打造高辨识度产品。在运营方面,可通过建设中央工厂、引入智能化设备降低成本、减少损耗。营销层面则需从“流量”转向“留量”,通过工艺展示、原料溯源等透明化沟通建立信任,将消费者的“打卡尝鲜”转化为“长期复购”,形成良性消费循环。随着“茶饮+烘焙”复合模式成为新趋势,业态融合不仅能丰富消费场景,还能优化消费体验,为行业开辟新的增长路径。

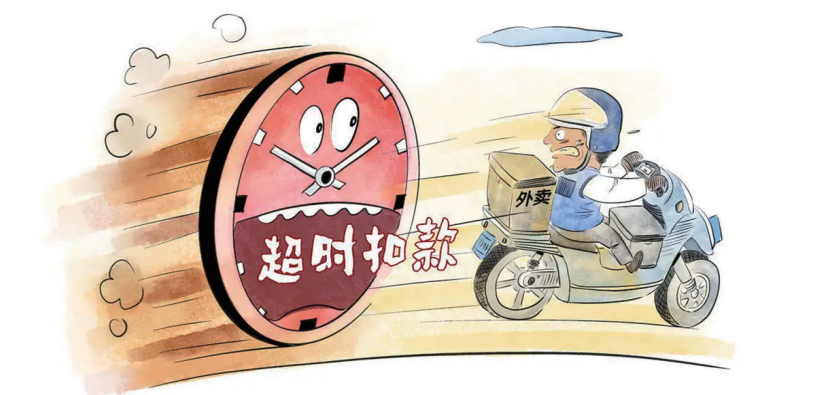
李璐亚

乐见外卖配送速度与安全并行

近期,多家外卖平台在部分城市试点取消骑手配送“超时扣款”机制,以“服务分”“安准卡”等积分体系作为替代。新机制将配送表现、服务质量、培训情况等纳入综合考量,积分高低与订单量、奖励机制挂钩,使管理方式更具弹性。这一举措保障了骑手权益,反映了行业治理理念的变化,也对未来的落地执行提出新的要求。

外卖配送服务涉及交通、商家、使用环境等多重变量。然而,骑手面临的超时风险,往往非个人可控,路况拥堵、商家出餐慢、小区出入限制、电梯等候时间长等因素对配送时长影响显著。原有“超时即罚”的单一机制难以精准归责,容易引发骑手在配送过程中的焦虑与不安全行为。近年来骑手交通事故频发,与高压时限下“抢时间”的心态关系很大。

今年9月,市场监管总局在《外卖平台服务管理基本要求(征求意见稿)》中明确指出,平台、用工合作企业不应将扣款作为配送超时的主要处罚方式,涉及扣款的规则和扣款情



况应充分征求工会和配送员代表的意见并进行公示,这体现了从效率优先到以人为本的转变。此次平台集中调整规则,表明行业对规范治理的回应正加速落实,这也是对劳动者权益与交通安全责任的正面回应。

有消费者担心,取消超时扣款后配送时效会下降。但实际上,骑手的总体收入仍取决于订单数量,多劳多得的底层逻辑并未改变。新的积分体系将订单优先级、奖励强度与服务

表现绑定,准时送达仍是获得更多订单的重要依据。取消超时扣款并不等于降低效率,而是通过更加合理的激励方式保证服务质量。

取消超时扣款只是治理升级的第一步,真正的挑战在于算法是否足够智能,刘清“不可控延迟”与“主观懈怠”的边界。平台算法若继续以“理想状态”设定配送时长,忽略出餐波动、交通状况、楼宇结构、天气变化等细节,即便取消罚款,仍可能让骑

手陷入“被动超时”的困境。因此,有必要进一步推动算法治理,将更多现实影响因素纳入模型,通过动态调整机制,使配送时长设置更加贴近实际场景,才能真正为骑手“松绑”。

此外,积分制度能否成功,还取决于配套规则的完善程度:积分如何恢复、申诉渠道是否畅通、责任边界是否清晰、跨平台标准能否统一等,这些细节都需要持续完善。只有规则清晰、执行稳定,积分制度才能在维护服务质量和保障骑手权益之间形成稳定平衡。

外卖行业已成为城市日常服务体系的重要组成部分,作为新就业形态劳动者,骑手数量庞大,其权益保障需要制度化、长期性投入。以取消超时扣款为起点,我们看到的是行业正在从粗放式管理向规范化、精细化治理发展。期待外卖行业的竞争回到服务质量上,以更加科学的管理方式支撑行业持续健康发展。

刘沛恺

畅通外卖配送“最后100米”考验城市治理智慧

在北京市朝阳区某小区门外,一名外卖骑手伸长了脖子,不断向经过的路人询问:“您好,您有门禁卡可以帮忙刷一下吗?”记者在北京多个小区调查发现,类似的场景每天都在反复上演,“帮忙开个门”成了许多骑手在门禁前的标配话语,也是他们每日完成“最后100米”配送的真实困境。一头是骑手的效率与收入,另一头是业主的安全与宁静,中间还夹着左右为难的保安,“是否应该为外卖骑手办理门禁卡”的讨论随之兴起。

不仅在北京,在全国很多城市都不同程度存在小区外卖配送“最后100米”的堵点问题,就目前看,这俨然成为一项民生痛点,考验着城市的治理智慧。

众所周知,小区设置门禁,是保障业主安全与宁静的一道重要防线。然而,随着城市外卖的兴起,这道防线似

乎也成了骑手小区外卖配送“最后100米”路上的一道关键“关卡”。而对外卖小哥而言,这不仅关乎配送效率,更与收益等直接挂钩。因为按照常规的外卖配送制度,每单外卖都有严格的配送时间、服务质量等考核限制,如果每单外卖都因为小区门禁频繁影响而被顾客投诉超时等,显然最终将影响他们的工作效率和收益。与此同时,也不能忽视业主的安全与生活宁静权益需求。若轻易为外卖骑手开放门禁,就可能留下安全漏洞,难以有效保障业主的人身和财产安全。而且,外卖骑手骑车频繁进出小区叫门和打电话等,都会一定程度上产生噪音,影响业主的正常生活。

这种背景下,小区保安就可能成为“夹心饼干”左右为难。一方面他们肩负着维护小区秩序和安全的职责,严格执行门禁制度是职责所在。

但另一方面,面对外卖骑手的难处,若一味拒绝开门也不合人情,易引发冲突乃至遭遇投诉等增加他们的工作压力。而现实中,由于一些城市小区管理的苛刻,由此还滋生了一个兜售门禁卡的“地下市场”,亟待引起有关方面的重视。

那么,如何才能有效破解这一难题?关键在于平衡多方利益。对小区管理来说,要破除简单粗暴地“一刀切”,为外卖骑手办理临时门禁卡。如为骑手申请临时门禁卡,限定使用时间和范围。同时,小区要加强对外卖骑手管理,要求他们遵守小区规定,文明配送。

当然,外卖平台也不能置身事外,要积极相向而行承担应有责任,如适应小区管理需要,优化配送算法,合理规划小区外卖配送时间,避免因时间过紧导致骑手为了赶时间而忽视小区

规定等。此外,平台还可与小区管理方沟通协调,建立合作机制,共同解决“最后100米”的配送难题。

此外,对外卖骑手而言,也要谨守道德和文明底线,在配送外卖时尽量做到不打扰业主清净和安全。而对于小区的消费者,也要谨慎选择送餐时段,避免因骑手送餐而影响小区其他业主安全与宁静。

“利民之事,丝发必兴;厉民之事,毫末必去。”畅通小区外卖配送“最后100米”,看似是一件小事,但本质上却是城市治理的一门大学问,需在实践中不断深入探索和创新。面对小区外卖配送“最后100米”日益突出的堵点,有关方面不能回避,而应积极应对,以智慧和担当书写城市治理的合格答卷。

《中华工商时报》

治理餐饮浪费不止于餐桌

近日,湖南省等多地发布关于制止餐饮浪费的典型经验做法,在营造“厉行节约、反对浪费”良好氛围的同时,也揭示出一些餐饮浪费的顽疾现象与新问题。

治理餐饮浪费,表面看是减少厨余垃圾、节约粮食资源,深层次的意义是一场涉及国家粮食安全和社会文明风尚的转变。过去,治理餐饮浪费以倡导呼吁为主,且主要面向消费者,成效有限。仅依靠“少点一道菜”“点半份菜”这类自觉节约行为,所释放的节约空间十分有限,大量浪费实际上隐藏在供应链全链条之中——采购量与用餐需求不匹配,加工过程中的损耗,以及因临期、过期导致的

食材报废,其数量都高于餐桌上的直接浪费。因此,治理工作必须从餐桌延伸到后厨乃至市场,从源头把控,把过程管好。

环节越复杂,涉及方面越多,治理过程就越需坚持精细化原则。反对浪费、倡导节约已是企业与消费者的共识,要将共识转化为现实,离不开强有力的管理手段与可操作的具体方法。

应鼓励餐饮企业在采购端借助动态预测系统,将高损耗食材控制在安全库存临界点。推广“一菜多吃”,合理利用边角料,减少非必要丢弃。在服务端,则需根据顾客实际用餐情况合理备餐,主动引导消费者克制点

餐、满意用餐。实现这些转变,就要用好数据支持、创新经营理念,以“滴灌式”管理替代粗放经营,这不仅是动态治理浪费的必要举措,也有助于餐饮企业降本增效,提升经营水平。

今年6月份,商务部、国家发展改革委联合发布的《餐饮业促进和经营管理规范》正式实施。其中特别细化了反食品浪费的有关要求,对餐饮业从业人员防止浪费提出了多项具体举措。

明确餐饮机构在反浪费中的主体责任,既倡导了健康合理的消费观念,也推动了餐饮经营的科学性、可持续性。相关法规在落地执行层面也要突出精细化——无论是商务主

管部门的监测分析,还是执法部门对浪费行为的处罚,都应全面覆盖、不留死角,实现从“抽查式执法”向“算法式治理”转变,真正激发餐饮业企业精打细算的内生动力。

在日常语境中,“浪费”或许是一个模糊概念,但在企业经营与综合治理的操作层面,必须将其细化、量化。没有精准的节约,就没有真正的反浪费。必须依靠量化的监管指标、可闭环的执法程序以及现代化的管理手段,确保反对浪费落到实处、形成常态。

刘莉

《经济日报》

别给横向补偿贴上“割肉”标签

粮食产销区发展差距持续扩大,已成为影响国家粮食安全的潜在隐患。《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》明确提出,加大主产区利益补偿机制,实施产销区省际横向利益补偿。这标志着该机制已步入实施轨道。然而,这一旨在平衡产销区利益、保障粮食安全、实现共同富裕的战略举措,却被曲解为“劫富济贫”。只有彻底走出这种认知误区,凝聚共识,才能推动横向补偿机制有效落地,行稳致远。

一些人给横向补偿机制贴上“劫富济贫”的标签,本质上忽视了全国统一大市场的内在逻辑关联与历史形成的分工格局。

主产区为了严守耕地红线与粮食安全底线,限制高收益的非农产业发展,财政收入有限。长期高强度的农业生产也带来地下水超采、土壤退化、面源污染等生态问题,治理成本高昂,进一步加重地方财政负担。

反观主产区,凭借地理区位优势与先发优势,形成以高端制造业和现代服务业为主的产业结构,无需投入大量土地与资金用于粮食生产,却能以较低成本从主产区获取稳定粮源。主产区持续地粮食输出,为主产区节省了巨额的土地机会成本与财政支出,实质上形成产区对销区的“隐性补贴”。这种“产区输出、销区受益”的格局,不断拉大产销区发展差距,若放任不管,终将动摇粮食安全根基。

从目前来看,粮食主产区财政困难问题依然突出。我国虽然建立了中央对产区的纵向补偿机制,但在落实中仍然存在短板与不足。

一是难以精准量化产区为保障国家粮食安全所付出的实际代价,补偿标准与真实损失不匹配。二是无法激发主产区节约资源、反哺主产区的责任意识。三是无法构建起产销区之间风险共担、利益共享的市场化纽带。实施产销区

省际横向补偿,正是对纵向补偿机制的重要补充,形成对主产区“纵横结合”的利益补偿机制。该机制既能为主产区引入新的资金渠道,缓解财政压力,又能促使主产区形成节约集约的消费观和发展观,推动双方从“单向输血”向“协同共生”转变。

实施产销区横向补偿,应着力构建“资金+产业+技术”多维补偿体系,推动形成产销区优势互补、合作共赢新局面。资金方面,主产区粮食产能提升、生态修复和农民收益保障。产业方面,鼓励主产区企业到主产区投资建设现代农业产业园、发展农产品精深加工、共建冷链物流设施,既能增强自身供应链韧性,又能将产业链的关键环节和增值收益留在产区,提升产区自我发展能力。技术方面,支持主产区与主产区共建农业科研平台,推广智慧农业、数字农业等现代农业技术,提升粮食产业科技含量。实践证明,这种多维补偿可有效激发主产区内生动力,实现从利益补偿到利益共创的升华。

产销区横向补偿,绝非“劫富济贫”,而是“等价交换”“共建共享”。保障粮食安全离不开实实在在的投入与制度创新。实施产销区横向补偿机制,是对市场失灵的矫正,是对社会公平的彰显,更是对国家粮食长久安全的战略投资。这一机制不是要让主产区“割肉”,而是让其为获取稳定粮源支付合理的费用;也不是让主产区“躺平”,而是为其持续地输出粮食提供再生动力。

实施产销区横向利益补偿,是一场深刻的利益关系调整,必然面临观念和技术等各方面的诸多挑战。唯有以坚定的改革决心,通过试点先行、循序渐近的方式,在实践中不断优化完善,才能最终构建起产销区风险共担、利益共享的粮食命运共同体,全方位筑牢粮食安全根基。

统筹规划提档升级乡村建设

□詹琳

近来,多地积极推进和美乡村建设,推动农村基本具备现代生活条件。让农民的生活越来越好,逐步提高农村基础设施完备度、公共服务便利度、人居环境舒适度,是题中应有之义。

“十四五”期间,我国深入推进乡村建设工作,农村基础设施功能不断完善。截至2024年底,全国农村公路总里程达到464万公里,约3万个乡镇、50多万建制村实现了路面硬化,“出门水泥路,抬脚上客车”成为现实。农村自来水普及率达94%,供水保障能力显著提升。农村电网供电可靠率达到99.9%,5G网络覆盖90%以上的行政村,29个省份实现充电站“县县全覆盖”。

与此同时,农村人居环境明显改善,农村教育、医疗、养老等领域短板加快补齐。乡村学校软硬件设施不断改善,控辍保学成效显著。多个县(市、区)开展紧密型县域医共体建设,95%以上的村卫生室纳入医保。农村互助性养老服务设施累计建成超过14万个,更好地满足了农村养老需求。

接下来,需聚焦短板,通过系统化机制设计,有力有序推进宜居宜业美丽乡村建设。统筹规划推动乡村建设提档升级。合理配置资源,优先推进既方便生活又促进生产的项目,补齐基础设施薄弱环节,重点解决主干道狭窄、消防通道不畅、网络使用能力和水电供给系统保障能力不足等问题,确保基础设施功能全面

提升与有效维护。增强农村基本公共服务的群体包容性,在强化“可及性”的基础上,重点提高低收入群体在养老、低保、教育和医疗等方面的服务质量。

长效推进农村人居环境整治工作。巩固农村厕所革命成果,重点关注中西部地区,加强标准制定,推动节水和防冻技术应用。推动农村污水治理与改厕衔接,探索集中处理、管网截污、分散处置、生态治污等技术模式,促进粪污和有机废弃物就地资源化利用。健全农村垃圾收运处置体系,鼓励有条件的村庄推进垃圾分类、源头减量,引导农民开展庭院和村庄美化行动。

融合乡韵风情与现代化文明,重塑农村风貌。持续推进农村精神文明建设,传承传统美德,倡导节俭风尚。继续挖掘并认定重要的农业文化遗产,持续举办“中国农民丰收节”等影响力广泛的节庆活动。推广乡村阅读,组织“村跑”“村超”“村BA”等体育活保,丰富乡村文体生活,提升农村整体文化水平与凝聚力。

整合载体,提升乡村治理效能。健全县乡村三级治理体系,强化统筹协调,推动资源下沉,减轻村级组织负担。将基层干部队伍建设作为基础工作,尊重群众意见,引导农民全程参与乡村建设。完善网格化管理、精细化服务和信息化平台,整合积分制、清单制等有效手段,提升乡村治理效能,促进乡村生活质量的全面提升,满足农民日益增长的美好生活需要。

(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,论据充分,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