

价格普遍偏高 配料口味并无亮点

## “贵”出圈的网红冷食,能走多远?

最近一段时间,部分超市卖场及电商平台热卖的一些单价动辄十多元、数十元的高端冷食备受关注。不过记者在采访中了解到,有不少消费者认为,除了价格贵,这些冷食并没有什么亮点,有些高价的“网红款”,口味、质量还不如单价几元钱的普通冷食。

“前几天给孩子买了几种时髦的高端冷食,单价都在十五元以上,最贵的要三十多元。”市民魏先生日前接受记者采访时说,以前夏天批发冰棍、冰淇淋,买一大袋也就是几十块钱,现在商家都在主推高档冷食,价格一下子就上来了。魏先生告诉记者,这一次就消费了一百多元,看来今年夏天花在冷食上的钱肯定少不了。

市民刘先生也向记者反映,现在一些电商平台、直播间也都是主推高端冷食,很多雪糕单价都在十元以上。“前几天在一家官方直播间下单买了几种口味的雪糕,合下来每支12元。”刘先生说,这还是直播

间的优惠价,如果是在便利店、小超市买的话,单价可能要达到15元到16元上下。“其实从配料上看,这些高价的冷食与普通平价冷食也差不多,并没有什么高端的成分。”刘先生告诉记者说,“口味上也没有什么明显的区别,有些所谓的新口味,孩子们都觉得不太好吃。”

还有些消费者反映,现在一些电商渠道热卖的“网红冷食”,也有些名不符实。“所谓的网红款,实际上也都是常见的口味和配料。”市民王先生说,“有的其实就是改个时髦的名称,或者是用一些卡通形象做包装,就卖出两三倍的高价。”还有的市民反映,有些所谓的“网红冷食”,配料里会出现代可可脂、植物奶油以及很多色素、添加剂等,不太符合“高端”的定位。反观一些仅售三四元钱的普通雪糕,配料、口味倒是挺让人放心。

另外,还有的消费者为了尝鲜,会选择购买一些进口的冷食,

但也会遇到质量不理想的情况。“在一家小店买的进口雪糕,价格挺贵的,但打开以后发现雪糕明显变形,看上去像是融化以后二次冷冻的。”消费者张女士向记者反映说,“雪糕的口味也不理想,甜度太高了。”还有的消费者在超市买到一些知名品牌价格不菲的进口冷食,但是口味上和国产冷食相比差别很大。消费者王女士接受采访时说:“说是花草、花蜜口味的进口冰淇淋,但吃起来基本上都是一样的甜味,没有什么特色可言。”

业内人士就此分析指出,夏季冷食消费需求旺盛,商家推出一些高端产品满足消费者多元化的需求,是一件好事。但值得注意的是,冷食的价格贵了,那么在配料、口味方面,以及在质量安全、物流配送等方面也都要确保跟进“匹配”才行,杜绝价格虚高、名不符实,才能真正赢得消费者的认同。

据《今晚报》报道

## 县域应成 扩大农村消费增长点

扩大内需的基础在消费。目前,我国乡村消费品零售额增长速度连续9年快于城镇。农村消费规模在扩大,消费结构在升级,消费潜力在逐步释放。农村居民消费结构提质升级特征明显,服务性消费增长较快,“十三五”期间农村服务性消费年均增长11.1%,增长速度位居前三位的是医疗保健、交通通信和居住。

农村消费规模的扩大得益于我国城乡统筹协调发展战略、脱贫攻坚战、乡村振兴战略的实施,城乡融合发展不断深入。未来,进一步挖掘农村消费潜力,是我国稳定经济基本盘、拉动内需、支持乡村振兴的重要举措。

下一步,应加快实施县域商业建设行动,将县域作为扩大农村消费的增长点。县城是多数农民工买房、落户、就业、消费的首选,具有巨大的消费增长潜力。加快实施县域商业建设行动,建立以县城为中心、乡镇为重点、村为基础的县域商业体系,城乡生产和消费连接将更加紧密,工业品下乡和农产品进城的渠道将更加畅通,能够促进农村消费进一步提升扩容。

通过消费“下沉”,引导生产流通企业下乡,带动新产品、新服务、新技术下乡。以扩大县域乡镇消费为抓手,加强县域乡镇商贸设施和到村物流站点建设,鼓励商贸企业下沉,实现产品服务下乡。统筹软硬件建设,健全农产品流通网络,加快补齐冷链物流短板,进一步提高农产品流通效率,降低流通成本。适应农民消费需求升级的变化,鼓励企业大力开发适合农民需求的产品和服务。

通过消费“上行”,推动农产品进城,提高商品转化率和价格。引导农产品流通企业与新型农业经营主体通过订单农业、产销一体、股权合作等模式精准对接。扩大农村电商覆盖面,发展农资直供直销、连锁经营、统一配送方式,促进农户与市场有效对接。以农产品主产区、主要集散地和主销区为基础,提升产地初加工、批发和零售等环节设施建设水平和服务功能。加快推进农产品品质提升和标准化生产,加强农产品品牌培育和应用。

提振大宗商品消费、重点消费,促进释放消费潜力。可以改善汽车使用条件,优化汽车管理和服务,释放乡村汽车消费潜力。鼓励建立家电家具绿色环保补贴,激活家电家具市场,促进家装消费。发展绿色、特色餐饮,完善餐饮服务标准,释放乡村餐饮消费潜力。加快发展乡镇生活服务产业,支持建设立足乡村、贴近农民的生活消费服务综合体,提供购物餐饮、休闲娱乐、商品配送、废旧物资回收等多种服务,扩大农村消费。

改善农村消费环境,扩大农村服务消费。引导农村邮政、供销、电商、商贸流通企业从传统批发零售向综合性服务转变,整合购物、订餐、家政、同城配送等服务,提高社区、村镇生活服务的便捷性和服务质量。建立健全农村市场的商业网点,做好商品的售前、售中、售后服务,让工业品能顺畅地进入农村市场。完善农村市场监督体系,加大执法检查力度,从制度和实施层面进一步优化农村消费市场秩序。

还可建立农民增收长效机制,提高农民购买力水平。要继续多渠道促进农民增收,一方面,调整优化农业结构,开辟农民增收的新渠道。通过龙头带基地、基地带农户等方式组织和带动农民进入市场,在产、销等多环节获利,拓展农民增收的空间。另一方面,推动农商旅文体娱融合发展,以产业融合带动农民增收。此外,应扩大农民工的就业空间,增加农民的工资性收入;鼓励农民将闲置住宅、宅基地出租,增加农民的财产性收入。

据《经济日报》报道

## 从豆子到杯子:咖啡“小庄园”延伸产业“长链条”

新华社记者 杨静

雨后的阳光洒在云南普洱的一座咖啡庄园,咖啡地里腾起阵阵水汽。今年80岁的庄园负责人廖秀桂在检查今年的咖啡生豆,一旁的烘焙机正在加工豆子。

一粒咖啡“魔豆”如何在普洱茶乡落地生根?一座咖啡“小庄园”何以不断延长产业链?近期,记者走进位于普洱市思茅区南岛河村山间的小凹子咖啡庄园,看这里如何“浓缩”咖啡从豆子到杯子的产业链全过程于一“园”,探索打造“咖啡+旅游”产业融合高地。

云雾翻越山梁,咖啡树随风摇曳。走进小凹子咖啡庄园,仿佛置身于绿色的园圃。庄园的员工只有不到10人,但提供的产品、服务种类多样:除了拥有300亩生态咖啡基地,还有简约的咖啡冲泡体验区。记者看到,在这里只需支付40元就可品尝9种咖啡、参观咖啡种植园,还能获得咖啡制作工艺等知识的讲解。

“以前很少有游客来,即便来了也没有体验项目。”廖秀桂告诉记者。庄园自2019年开始探索咖旅融合,尽管受到疫情影响,但仍吸引了不少游客,现在每月的平均游客量在2000人左右,已成为当地的“网红打卡点”。

为何走上咖旅融合的发展道路?从事咖啡种植多年的廖秀桂说:“过去他们只想种好咖啡豆,但只卖原材料不能满足消费者的深层需求。”

普洱得天独厚的气候、地理和土壤条件很适合种植咖啡。1997年,廖秀桂在南岛河村承包了一片土地,开始种植咖啡。随着村里群众陆续加入咖啡种植,当地还成立了销售合作社。

尽管产业发展起来了,但这时的产品附加值仍比较低。其间,廖秀桂萌生了从“种出咖啡”向“种出好咖啡”转型的念头。他开始转型生态种植,并向周边咖农推广。

“种植模式改变了,但大家还是以卖原材料为主。”廖秀桂说,他尝试转型做精品豆,但精品豆的市场需求量不大,价格也没有明显区分。

“几经尝试,我们发现只卖原材料是行不通的,要用更多的‘内容’满足咖啡消费者的需求,也要提升种植效益。”廖秀桂说,近年来,不少消费者的咖啡消费习惯从速溶、奶咖向纯咖转变,也有很多人喜欢上冲泡咖啡的仪式感。建立咖啡庄园可以延长产业链,满足消费者的多元需求。

为此,他们利用已有的300亩生态咖啡基地向咖旅融合转型,设立参观路线、近距离体验咖啡冲泡……起初,只有周边游客和采购商来庄园体验,但因庄园体验感好、咖啡种类丰富,逐渐吸引了省外甚至国外的游客前来“打卡”。如今,一些游客在小凹子咖啡庄园深度体验后会购买咖啡豆,采购商则要提前预定豆子才能“抢到货”。

记者在咖啡庄园采访时,遇到了从宁夏远道而来的“80后”咖啡

爱好者许嫵。她和两个朋友品尝了庄园的“邂逅”咖啡。“味道很好,这片山也格外美。”许嫵说。

除了慕名而来的游客,“小凹子”专注精品咖啡的特点和独特的咖啡体验、科普内容,也引来了另一群“特别”的客人:咖啡义工。

从事咖啡培训的黄诗琛就是其中之一,今年初,为了加强对咖啡种植的了解,她选择来小凹子咖啡庄园做义工。

现在,黄诗琛已回到厦门,但她还会在朋友圈发布小凹子咖啡庄园的照片。她计划将咖啡培训和“小凹子”结合起来,引导咖啡爱好者到产地深度感受咖啡文化。

和咖啡朝夕相处的日子,让廖秀桂对咖啡有自己的理解:“酸、苦、香、甜,每一款咖啡豆都有自己的‘属性’,正如人生百味。”

“这里就像一个中心,吸引着全国各地的咖啡爱好者。”廖秀桂说,咖啡豆在这里落地生根,又因人来人往、口口相传,推动“小凹子”成为普洱茶乡凸起的咖旅融合高地。

## 神伊煤矿露天矿坑生态修复项目环境影响评价第二次信息公示

根据《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国环境影响评价法》《环境影响评价公众参与办法》进行回填并复垦,所需煤矸石1167万m<sup>3</sup>,最终复垦高度与周围高程一致,并对复垦区顶部进行植被绿化。在施工期和复垦期采取有效的污染防治措施后,污染物满足达标排放要求。

二、查阅环境影响评价的方式和途径  
相关单位和个人可在公示期间通过电话、邮件等向建设单位或环评机构查阅纸质报告书,通过网址(百度网盘链接:https://pan.baidu.com/s/1QP3KN2SMBvJvWR-J-Sjbpw,提取码:8gzl)下载报告全文,联系方式如下:

1、建设单位联系方式  
建设单位:鄂尔多斯市神伊煤炭有限责任公司  
联系人:李军  
地址:鄂尔多斯市伊金霍洛旗乌兰木伦镇乌兰木伦村神伊煤矿

联系方式:13734835920

2、环境影响评价报告书编制单位联系方式

评价单位:鄂尔多斯市环保投资有限公司

地址:鄂尔多斯市高新技术产业园区育成中心

Email:641140471@qq.com

联系方式:0477-8120555

三、公众意见征求

1、征求范围:伊金霍洛旗乌兰木伦镇内个人、企事业单位、社会团体对本项目关心的公众。

2、公众意见表的网络连接:

百度网盘链接:https://pan.baidu.com/s/1HtnBtK7cw-jCRTyMea85YQ

提取码:gvuf

3、公众提出意见的方式和途径:可在公示期内通过电话、邮件等对本项目及环评工作提出意见和建议。

4、公示期起止时间:自公示之日起的10个工作日内。

我们会针对每一条意见给出解决方案或处理方式,请公众在发表意见的同时提供详尽的联系方式以便回访。

鄂尔多斯市神伊煤炭有限责任公司

2022年6月23日