



守护好百姓的“米袋子”

■ 本报记者 彭园园 文/图

一粥一饭,关系着百姓幸福。近年来,我省陆续实施“放心粮油”“皖美粮油”等多项工程,保供稳价,满足粮油消费升级需要,让百姓的“米袋子”多装优质粮。

品牌粮油放心买

认定一批“放心粮油”配送中心、示范店和经销点

热腾腾的包子、夹杂着酒酿香气的米糕……位于合肥市芜湖路的安港粮油超市,每天一大早就排起了长龙。门口的橱窗里陈列着大米、再往里走,小岗大米、石台晒米、蒸谷米、有农胚芽米、过湾杂粮、启航原味菜……省内外各大品牌粮油悉数“亮相”。大约100平方米的店铺里,商品琳琅满目。

12月23日,安港粮油超市负责人徐秀丹指了指墙上悬挂着的“放心粮油”示范店”牌匾说:“店里大概有200多家企业的2000多个产品,因为都是优质粮油品牌,不仅深受附近居民喜爱,合肥不少市民专程过来买米面粉,现在,日均营业额3万元左右。”

走进后厨,揉、切、搓、擀,师傅们正有条不紊地制作面点。店里经营的面点虽然有20多种,但采用前店后坊的方式,从原材料采购、加工生产到餐桌全程把控。“从最初日均几千个,到现在每天要卖出2万个左右,营业额日均超万元。”徐秀丹说,从2015年开业,凭借好产品,赢得好口碑,店里的生意蒸蒸日上。

积极构建“放心粮油”经营网络,保障粮油食品质量安全。自2014年起,我省认定了一批“放心粮油”配送中心、示范店和经销点。按照“放心粮油”工程实施意见要求,“放心粮油”示范店、经销点所经营的粮油产品必须是取得“QS”认证、省内外知名品牌和安徽省粮食行业协会、省粮食行业协会评定的“放心粮油”品牌产品。同时,店铺要执行国家价格管理政策,所有粮油产品均明码标价;要求建立粮油产品索证索票制度和可追溯制度,建立粮油购销台账制度及报表报送制度。

让老百姓能方便地购买到放心好粮油,到今年初,全省已有“放心粮油”网店2801个,示范企业拥有线下网点9481个。

应急供应有保障

布设粮食应急加工企业、供应网点,应急保供网络城乡全覆盖

今年11月初,一股粮油抢购热潮突然袭来,徐秀丹对此印象深刻,她所经营的这家粮油店同时也是受认定的粮食应急供应网点。

“那几天,一上货就卖空,我们紧急调运了两三批米面过来,确保能供应上。”徐秀丹说,因为是应急供应网点,店员们也在不断地劝导顾客,供应充足,无需抢购。“这一波抢购大概持续了三四天,才慢慢平息了下来。”

作为粮食应急供应网点,在关键时刻发挥重要作用。徐秀丹回忆说,疫情暴发初期,过完年没多久店里就响应号召恢复了营业,前后关店不到1个月时间。“当时正值封闭管理时期,不少家庭的米面存货都空了。店里常年与福临门、金龙鱼等品牌的一级供货商合作,就及时调运粮食到市里,确保粮油

不脱销、不断档”。

民以食为天,粮食安全是国家安全的重要基础。“为加强应急保供,我省在全国率先出台《建立粮食加工企业社会责任储备的意见》,目前已布设粮食应急加工企业351个、供应网点2988个,实现应急保供网络城乡全覆盖。”省粮食和储备局副局长曹越方说。根据意见要求,原则上每家省级粮食应急加工企业承担的社会责任储备数量不低于1000吨,并且鼓励企业结合实际多承担社会责任储备。储备品种为小麦、稻谷及其成品粮,原粮与成品粮折率为70%。

针对抢购粮食等突发情况,加强粮油市场监测,及时发布供需信息,增加产品的米面存货都空了。曹越方说,通过建立市场预警监测体系,我省已确定73个国家级和287个省级价格监测点,借助粮

食收购日报进度,密切关注市场粮油供应情况,科学研判价格走势,为粮油应急保供提供了决策依据。

值得关注的是,近日,国家发展改革委、国家粮食和物资储备局联合发出通知,对做好2022年“两节”“两会”等重大节日和重要时段粮油市场保供稳价工作作出安排部署。明确要求各地各环节有效衔接,确保市场粮源供给充足。密切跟踪粮食市场形势,加大对重点地区、重点品种、重点时段的监测力度,适时发布粮油供求等信息,引导各类市场主体合理安排购销活动。严肃查处各类违法违规行为,努力营造公开透明、规范有序的市场环境。

“皖美粮油”提品质

打造优质粮食工程升级版,全面提升产业质效

现阶段,我国粮食综合生产能力稳定在较高水平,粮食库存充裕,农业的主要矛盾由总量不足转变为结构性矛盾。顺应居民消费结构升级,满足消费者对优质粮油产品的需求,近年来,我省把重点转向增加绿色优质、营养健康粮食及粮食产品供应。

“除了自有的基地,通过与农户签订协议,种植早优73、黄花香等品种稻谷,全程指导种植管护,以高于市场价的价格收购,统一烘干、加工,我们生产的大米品质好,市场定位中高端。”位于寿县的安徽精诚食品科技有限公司2019年被认定为“中国好粮油”示范企业,公司负责人季永锋告诉记者,在加工环节,生产线每日可加工优质精品大米300吨。有标准化仓库4栋,仓储能力达2万吨,有日烘干能力300吨以上的烘干设备六台套。“公司不仅先后获得有机、绿色认证,生产的‘玉儒’牌大米还获得了第18届国际粮油展销会金奖。”

据了解,我省是全国优质粮食工程首批重点支持省份,已累计投入56.1亿元,统筹推进粮食产后服务体系、粮食质

量安全检验检测体系、“中国好粮油”行动计划三个子项目建设。开展“中国好粮油”行动计划,我省扶持30个示范县和76个示范企业,从“田间到餐桌”各环节入手,优粮优产、优购、优储、优加、优销“五优联动”,促进“产购储加销”顺畅有序衔接。今年,优质粮食市场化收购价格比普通粮食高0.05元-0.1元/斤。

“我们还组织制定了食用大豆、中晚籼米、糯米、油茶籽油4项‘安徽好粮油’团体标准。”曹越方认为,团体标准确定了产品的质量与食品安全要求、质量追溯信息等标准,将进一步规范相关企业的生产及管理方式,推动全省粮食产业高质量发展。

推动“皖美粮油”省级区域公共品牌建设,我省现拥有粮油类中国驰名商标33个、国家农产品地理标志24个、“中国好粮油”产品15个、“安徽好粮油”产品118个。“2021年,‘天长大米’‘南陵大米’新获国家地理标志产品,粮油机械制造企业

‘捷迅光电’被评为中国驰名商标。”曹越方表示,接下来,将制定新一轮建设方案,深入开展粮食绿色仓储、品种品质品牌、质量追溯、机械装备、应急保障能力、节约减损健康消费“六大提升行动”,打造优质粮食工程升级版,推动我省由粮食大省向粮食产业强省转变。

■ 题图:12月23日,“放心粮油”示范店安港粮油超市内产品丰富。



更多内容 扫码阅读



·市场漫话·

“电商特供”,价廉也应物美

■ 韩小乔

元旦春节临近,消费市场又将进入黄金期。近日,多地集中开展2022年元旦春节期间打假专项行动,对“电商特供”等畅销品加强监督检查,受到好评。

买生活用品,“电商特供”的纸巾薄一些;买菜品牌的衣服,线上基本是过时的老款,“电商特供”一直是舆论热议的话题。按理说,少了实体店面和人工成本,“电商特供”价格自然应比线下实体店有优势。但一些企业却玩起套路,有的偷工减料,以次充好;有的故意虚标、不标、混淆不同销售渠道的商品差别,通过各种与已有有利的免责条款逃避责任;甚至有的产品功能、外形与线下产品雷同,型号却不同,明摆着不给消费者比较的机会。如果消费者不注意其中的细微差

别,很容易被“坑”。

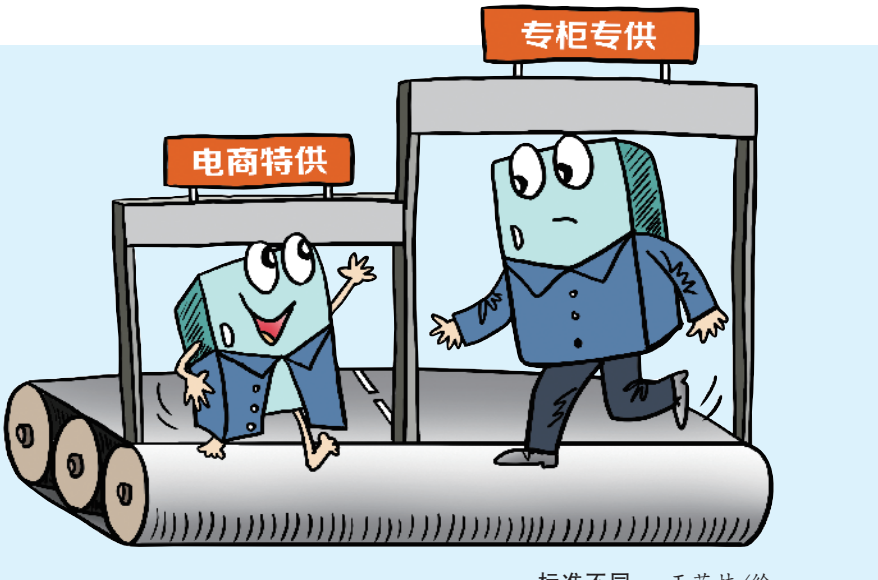
零售业竞争激烈,为薄利多销,商家推出多档次、差异化产品无可厚非,但前提要确保产品质量合格,让消费者明明白白消费。一些商品外表相似,内在不实,广告语焉不详、避重就轻,故意不对产品信息履行告知义务,就是想利用信息不对称糊弄消费者,消费者以为得了实惠,实则吃了闷亏。如此“特供”骗局,不仅侵犯了消费者知情权和公平交易权,给他们带来财产损失,也影响了企业形象,加剧了网购买卖双方互不信任。

伴随消费升级,消费者对商品品质要求变高了。低质低价的营销策略已经走不通,“电商特供”亟需转为走对接线上需求的定制路线。消费者的购物习惯,对产品价格、外观、功能等有哪些需求,这些信息可以通过大数据分析获得,其

中蕴含着巨大的商机。少点套路、多点真诚,认真分析用户消费行为,不断调整产品设计功能,满足消费者多元化需求,让“电商特供”名副其实,企业才能在竞争中走得更远。

业无信不兴。同款不同质、同牌不同质的乱象不除,“电商特供”就会成为“电商专坑”代名词。网络只是销售渠道的一种,不是法外之地,绝不可以打擦边球、玩

套路。职能部门应加大力度监督检查“电商特供”,及时发布消费警示,释放保护消费者权益的强烈信号。只有线上执法力度、监管要求,与线下管理保持一致,甚至高于后者,才能遏制企业逐利冲动、督促企业切实承担责任。在严格监管下,企业更应遵纪守法,规范自身行为,摆正服务态度,保护消费者权益,让人们线上线下消费都放心。



标准不同 王艺林/绘

·市场调查·

百年老字号 “焕新”赶国潮

■ 本报记者 郑莉

12月17日晚,在有250多年历史的黄山市胡开文墨厂,一场“露天电影”拉开帷幕。54岁的汪聚云没想到,自己和工友们会成为大银幕上的主角。在胡开文墨厂做了20年徽墨之后,一部名为《神奇的老字号》纪录片将她制墨的故事拍了下来。不仅是徽墨,安徽的红星宣纸、浙江西泠印社、天津的鸵鸟墨水等诸多老字号的故事都被收录在纪录片里。

“还是第一次看到有自己画面的纪录片。”汪聚云说,她是胡开文墨厂的翻墨工,负责翻墨晾墨,几乎所有出品的徽墨都经过她的手。这道工序看似简单却十分严谨,对于晾墨环境的温度、湿度要严格控制。车间里上万块墨,有时一天要翻3遍。

“近年随着键盘、水笔这些现代书写工具出现,徽墨在国内的需求一度低迷不振。”胡开文墨厂厂长程国胜表示。不过,挑战和机遇并存,老字号也要赶“国潮”,自去年开了天猫店以来,他们印有简洁大方图案的墨深受年轻消费者喜欢,今年销售额增长超100%。“在天猫线上店,我们的消费人群在20岁到35岁,而线下消费人群在60岁左右,徽墨线上消费群体年轻了30岁。消费者对国货的认可度越来越高,电商平台又给了资源倾斜,老字号又年轻了。”汪聚云手里翻的墨越来越多,样式也更新颖了。

“老字号作为中国传统文化发展的见证者和参与者,用纪录片的形式让人们更深入地了解,这种方式很不错。”安徽省老字号协会会长胡明明表示。既保留传统老派经典,又植入潮元素。传承之外,老字号也在书写新故事。

“古董级”老字号文房四宝,正通过跨界联名、推出新奇新品,焕发生机,同时还带动了年轻人返乡创立老物件新品牌。今年34岁的汪炜路,放弃了互联网大厂的百万年薪,于2019年返乡创业,创立新品牌“青弋”,专攻安徽的文房四宝。“文房四宝行业太传统,不符合年轻人审美。”汪炜路对记者说,他们通过电商平台直面消费者、试水新品,得到反馈后再改进、打造爆款。团队推出的猫爪砚台、印花宣纸等备受“90后”喜欢,如今全店年销售额已超千万元。

年轻人的文化自信带动传统文化消费崛起。据统计,今年以来,天猫笔墨纸砚销量增速是文具行业整体增速的2倍,“90后”“00后”年轻消费者数量增长很快。西泠印社的印章、印泥成为今年“双11”的网红产品,《盗墓笔记》联名的鬼玺印章、科幻小说《三体》跨界合作的篆刻套装在年轻人中颇受欢迎。阿里巴巴副总裁、天猫事业群副总裁吹雪表示,今年6月,天猫宣布启动老字号拓新计划,5年持续投入10亿元,从品牌营销、消费者运营、新品研发等方面助力老字号复兴。

“老字号的优势在于悠久的历史沉积、良好的品质与口碑,但同样面临着产品老化、销售渠道区域化等困局。”省商务厅流通处处长张远琴表示,近年来全省“老字号”行业加快发展,老字号队伍逐渐壮大,省外市场开拓加速,品牌影响力逐步提升,离不开在互联网新业态上的积极探索与尝试,也离不开平台与政策的鼎力相助。从老字号走向“国潮”品牌,不是简单地换个“马甲”,而是要坚持实体为本、创新为核心,让情怀落地、创意变现,老字号的创新之路才能越走越宽。

·消费提醒·

日常生活中,消费者在付款时常会遇到商家要求抹零凑整的情况——

对“四舍五入”说“不”

■ 本报记者 彭园园

“打表机器上显示为10.6元,我原以为要付11元了,没想到司机师傅说,正常给零头就可以,不用给整数。”习惯了网约车的合肥市民韩亦锦,最近打出租车时,惊喜地发现原来需要“四舍五入”的车费,变成了据实收费。韩亦锦说:“以前是为了方便,省得为了几毛钱的零钱现金折腾;现在大部分人都用手机支付,可以精确到角、分,就没有必要再四舍五入,这个改变很贴心!”

韩亦锦的新发现,源于今年合肥市对执行多年的市区巡游出租汽车运价及定价机制的调整,将原来“元以下四舍五入”改为了“按计价器显示金额结算”。这一举措得到不少市民的支持。记者留意到,目前我省合肥、黄山、金寨等不少地区都取消了巡游出租汽车“四舍五入”收费方式。

乘坐出租车、菜市场买菜、超市付款……生活中,人们或多或少都遇到过抹零凑整的情况。而移动支付时代的到来,找零不方便的情况几乎不存在。不仅可以精确到角,甚至可以精确到分。但记者在采访中注意到,一些街边小店、超市、加油站、商场仍然存在买单“四舍五入”,而消费者对这一“潜规则”感到十分不满。

家住六安市的“80后”李先生说:“几毛钱就不找了,用一根棒棒糖代替零钱,我就遇到过这个事儿。虽然说是小钱,而且也是为了方便,但总觉得哪里怪怪的。”安庆市民刘女士告诉记者,自己遇到的情况是小票上显示的价格已经直接“取整”了,“不少商家直接在电脑结账系统上设置了‘四舍五入’,如果不仔细对账单,根本不出来。”刘女士觉得,这样的行为很不合理,自己已经用手机支付了,明明可以精确支付,却还要“被取整”。

商家可以擅自“四舍五入”吗?实际上,擅自“五入”侵害了消费者的权益,根据《消费者权益保护法》规定,经营者与消费者进行交易,应当遵守自愿、平等、公平、诚信的原则。采取“四舍五入”的做法,“四舍”属于商家让利的自愿行为,但商家擅自“五入”的做法则违背了消费者的公平交易权,侵害了消费者的权益。

《中华人民共和国价格法》第十三条也规定:“经营者销售、收购商品和提供服务,应当按照政府价格主管部门的规定明码标价,注明商品的品名、产地、规格、等级、计价单位、价格或者服务的项目、收费标准等有关情况。经营者不得在标价之外加价出售商品,不得收取任何未予标明的费用。”这意味着,直接在电脑结账系统设置价格取整的行为已经违反了相关规定。消费者明确要求找零,商家必须找回零钱,不得以任何理由拒绝,也不得用其他商品代替。

省消保委提醒广大消费者,在消费结算过程中,如发现商家有“五入”行为,可及时与商家沟通解决,或者向有关部门进行投诉。