

谁把“钟薛高”们变成“潜伏者”

“钟薛高们潜伏在便利店里,随时准备给那些随手一拿就结账的人一个迎头痛击。”这是今年夏天关于高价雪糕很火的一句调侃,写出了网友的自嘲式伤感。明知道贵还买,属于愿打愿挨。消费者不至于有当头一棒的意外;之所以叫“潜伏”,有没有可能是因为消费者无法了解商品价格,才导致在便利店买雪糕变成了“抽盲盒”?

在北京的两家知名连锁便利店,“潜伏行动”露出了端倪。按照《关于商品和服务实行明码标价的规定》,开架柜台等采取自选方式售货的,经营者应当使用打码机在商品或其包装上粘贴价格标签,并应分品种在商品陈列柜(架)处按规定明码标价。国家市场监督管理总局新出台的《明码标价和禁止价格欺诈规定》也强调,经营者在标价时应当做到真实准确、货签对位、标识醒目。也就是说,明码标价不是标了就算数,还得尽量一目了然,避免消费者误解。

但探店发现,这两家便利店仅在雪糕柜机的边缘处集中展示了价签,并没有在商品上粘贴价签,也没有一一对应到商品。其中一家便利店出售的两款雪糕干脆连价签都没有,销售员表示只能在扫码付款时才能获知价格。

两家便利店都是大型连锁企业,其管理模式应当是全国统一的,合理推测其他便利店也可能存在类似情况。也就是说,大概率是便利店经营者违反明码标价规定的不规范操作,把“钟薛高”们变成了冰柜里的“潜伏者”。这一行为可能涉嫌违反价格法,应当予以纠正。近几年监管部门和消费者比较关注电商平台的虚假促销和价格乱象,这次倒是提醒了大家,在某些商品和服务上,线下市场跟消费者离得更近,监管不能掉以轻心。

尽管市场上依然有一两元一支的平价雪糕,但不可否认,今年雪糕普遍贵了。高价雪糕变多,有原材料价格上涨的因素,也有各品牌推出高端产品的因素。自从钟薛高、中街1946等品牌为国货打开了10元以上的市场,不少冰激凌品牌都有了高端梦。今年“钟薛高”们取代资历更老的进口品牌梦龙、哈根达斯,成为高价雪糕的代名词,至少说明国产雪糕已经挤上了高端玩家的牌桌。

有意思的是,虽然因为涨价上了热搜,但钟薛高方面证实,自2020年以来,产品建议零售价不曾上涨。明明没涨价,却被消费者抱怨贵,背后有渠道和市场变化的原因——跟大多数新消费品牌一样,钟薛高从线上起家,在一二线城市迅速打响了知名度,一年上亿支的销量说明产品很对目标客户的胃口。但近两年,随着品牌积极拓展线下渠道并进入二三线城市,触达了价格敏感度较高的消费者。对这部分消费者来说,国货依然主打超低价或性价比,还没有完全建立能带来高溢价的品牌力,暂时还比不上哈根达斯等进口品牌。消费者觉得贵,其实也从侧面反映出品牌认可度在更大范围内还有所欠缺,还没有跟上渠道拓展的速度,还需继续努力。

可话又说回来,谁说进口品牌卖高价天经地义,国产品牌就只能追求性价比?在不搞虚假宣传、不踩食品安全红线、合规经营的前提下,企业有权自主选择低端或高端战略,市场会做出公平公正的判断。只是要提醒,高价不等于高端,无论洋货国货,品牌一定要保证自己的产品品质配得上高价格。低价也好,高价也罢,都得明码标价,不能让产品做“潜伏者”。

(余 颖)



编者按:本文记述了重庆忠美饭式钢食品有限公司成功创新和运用饭式钢(慕奇)腐乳酿造技艺打造产品的经典事例,该事例突出反映了以用心和品质塑造完美的过程,有关经验值得企业深入借鉴。

以用心和品质塑造完美——重庆忠美饭式钢食品有限公司采访记

■ 本报记者 王剑兰

“用心,是忠美的核心价值观;品质,是忠美的生命。”这是重庆忠美饭式钢食品有限公司的企业文化,更是做强做大的基石。

重庆忠美饭式钢食品有限公司位于重庆市綦江区新盛街道德胜村,是一家专业从事油辣椒系列及腐乳系列调味品生产、研发和销售的股份制企业;公司地理环境优美,交通便利,拥有雄厚的技术力量和优良的生产设备。在全国大多数一线城市及地区,逐步形成营销网络。

不久前,作为传统技艺,重庆忠美饭式钢食品有限公司为饭式钢(慕奇)腐乳酿造技艺申报了区级非物质文化遗产代表性项目,公司在行业之中再次引起巨大的震动。

源于传统,盛于当代

最近,记者到重庆忠美饭式钢食品有限公司采访,了解公司的运营和产品,对于饭式钢(慕奇)腐乳留下了深刻的印象。

据有关历史考察,腐乳至今已有1000多年的历史了,为我国特有的发酵制品之一。早在公元5世纪,北魏时期的古书上就有“干豆腐加盐成熟后为腐乳”之说。在《本草纲目拾遗》中记述:“豆腐又名菽乳,以豆腐腌过酒糟或酱制者,味咸甘心。”清代李化楠的《醒园录》中已经详细地记述了豆腐乳的制法。

饭式钢(慕奇)腐乳正是在继承、发扬和创新了传统豆腐乳技术的基础上,将产品做得更加卓越。据项目第三代传承人黄建忠介绍,其爷爷黄民清是民国时期地主,家门殷实,招有若干长工。其中有一长工掌握有腐乳酿造技能,黄民清便在长工处学得这一门技术,又因自身懂得中医药,更深知“药食同源”的道理,便在学来手艺的基础上钻研出防腐的技巧,并传到父亲黄自强手中。黄自强成年后正是解放初期,因为家中成分不好,生活困窘,便在三角俱乐兴场担挑售卖副食,其中就有自家手工制作的腐乳,生意越做越大。1981年,改革开放的春风席卷了綦江大地,因家中祖业缘故,30岁的黄建忠便开始经商。1984年,接手经营社办企业乐兴商贸货栈,主要售卖日用品和副食品。1989年,商贸货栈迁至綦江城区北街农贸市场经营,因店面所在地为原国道210必经之路,所售腐乳得到了南来北往们食客的青睐。1996年,店面搬迁至河东市场。2004年,随着生产规模扩大,原有的小作坊已经不适应市场发展,便把生产车间搬



迁到现在的新盛街道德胜村,并挂牌成立了重庆忠美食品开发有限公司,主要生产辣椒酱、豆腐乳等各类调味品。

据记者了解,目前,饭式钢(慕奇)腐乳已经传承4代数十年历史,曾获2014年中国农产品加工业投资贸易座谈会“优质产品”称号。2019年经重庆食品药品检验检测研究院食品安全监督抽检检验,一致认定符合GB2762-2017《食品安全国家标准食品中污染物限量》、GB2761-2017《食品安全国家标准食品中真菌毒素限量》、GB2760-2014《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》、GB2712-2014《食品安全国家标准豆制品》、GB《食品安全国家标准食品中致病微生物限量》等有关要求。

饭式钢(慕奇)腐乳酿造技艺主要以新盛街道德胜村为中心地向四周扩展,产品不但在区内商场上架销售,而且还远销云南、贵州、四川、广西等20余个省市,并成为綦江“渝冬来”、成都“味圆”等商家贴牌产品的供应商。饭式钢(慕奇)腐乳不愧是源于传统,盛于当代。

饱口福,益健康

在记者的走访中了解到,饭式钢(慕奇)腐乳酿造技艺主要流程包括豆腐坯制作→前期发酵→后期发酵→装坛(或装瓶)→成品等。豆腐坯的制作,具体分为选豆、浸泡、沥水、磨浆、烧浆、点浆、压榨成形、切块等工序。

发酵分为前期发酵和后期发酵。前期发酵是豆腐坯培养毛霉或根霉的过程,发酵的结果是使豆腐坯长满菌丝,形成柔软、细密而坚韧的皮膜并积累了大量的蛋白酶,以便在后期发酵中将蛋白质慢慢水解,除了选用优良曲药外,还要掌握毛霉的生长规律,控制好培养温度、湿度及时间等条件。后期发酵则是利用豆腐坯上生长的毛霉以及配料中各种微生物作用,使腐乳成熟,形成色、香、味的过程,包括装坛、灌汤、贮藏等工序。

成品制作的过程是,将发酵成熟的腐乳进行装瓶,加盖并抽去瓶内空气,形成真空,便于保存。根据口味不同,饭式钢(慕奇)腐乳酿造技艺现有麻辣味、香辣味、原味和红油四种类型。

饭式钢(慕奇)腐乳回味醇香、滋味鲜美,风味独特,营养丰富、咸淡适口,质地细腻,维生素b族含量丰富,辣不上火。与其他腐乳最大的差异就是使用胡椒、花椒、八角、桂皮等35种香精料混合碎成粉末状,然后按照1:50的比例加水熬制成卤汤,在装坛时覆盖在在腐乳表面,一是起到防腐作用,二是为腐乳增香味,真正做到了药食同源。饭式钢(慕奇)腐乳既可以健脾消食,增加食欲,又可以营养神经,改善失眠多梦的状态,还可以为身体补充能量、增强身体的免疫力,调节体内的离子水平,增加钙离子和磷离子的含量。

饭式钢(慕奇)腐乳是家庭制作延伸出来的一个品牌,多次应邀参加区级及以上展销



活动,受到大众们的欢迎。通过改产品可进一步了解腐乳技艺在民间的传承发展现状。

饭式钢(慕奇)腐乳传承了手工制作的传统技艺,每年坚持接受重庆食品药品检验检测研究院食品安全监督抽检检验,既传承了传统技艺,又保证了品质,同时还研发出用中药加工成粉末装融入水取代防腐劑。

饭式钢(慕奇)腐乳现目前所在的重庆忠美饭式钢食品有限公司占地7200平方米,腐乳加工已成规模。年产值近400万元,在綦江同行业中名列前茅。该产品还成为綦江“渝冬来”、成都“味圆”等商家贴牌产品的供应商,解决了当地30余名百姓就业。

目前,饭式钢(慕奇)腐乳依托所在的重重庆忠美饭式钢食品有限公司进行传承,拥有工人30多人,但真正掌握全套技术的仅有黄建忠和黄伟父子二人。

重庆忠美饭式钢食品有限公司主要生产5大系列40多个品种调味品,分别为“饭式钢”食用油、油脂及其制品系列、“饭式钢”半固态(酱)调味料系列、“饭式钢”固态调味料系列、“饭式钢”食用调味油系列、“慕奇”豆制品系列。全系列产品倡导以“饱口福,益健康”为现代饮食理念,精选各类优质原料,优选科学配方,承袭传统工艺精制而成。生产的产品经传统工艺、秘制配方而成,在生产环节中不添加化学合成的防腐劑。其原理是以食药两用香辛料的秘制配方达到防腐防腐之功效,并且保证了产品的色泽与口感,这一特性使产品具有强大市场竞争力与发展优势。公司先后被重庆市人民政府、綦江区人民政府评定为市、区级龙头企业。

伊利 18 万头奶牛绿色智慧养殖示范园项目启动

为全面落实关于奶业振兴的决策部署,积极探索以生态优先、绿色发展为导向的高质量发展新路子,6月9日,呼和浩特市新建规模化牧场集中开工暨伊利集团18万头奶牛绿色智慧养殖示范园项目正式启动。

作为伊利现代智慧健康谷的上游配套项目,该示范园以奶牛养殖产业为核心,融合智慧产业、环保产业、文旅产业、循环科技产业于一体。伊利集团将通过发展自建牧场以及带动建设社会牧场,将示范园打造成为世界一流、全球规模最大的奶牛养殖基地,进一步提升“从一棵草、一头牛到一杯奶”的全产业链发展实力,助力内蒙古自治区奶业高质量发展。

加快全链振兴,推动奶业高质量发展

“十四五”时期,中国奶业不断加快行业振兴步伐。内蒙古是中国奶业的主产区,素有全国“奶罐”之称,奶牛存栏量、牛奶产量均居全国首位。内蒙古奶业高质量发展,对全国奶业振兴具有重要作用。伊利作为行业龙头企业,全力助力奶业振兴,自2019年起在内蒙古积极推进以伊利现代智慧健康谷为代表的一系列生产加工一体化项目建设,驱动上游奶业发展。随着伊利现代智慧健康谷“液态奶全球智造标杆基地”“奶粉全球智造标杆基地”“奶酪全球基地样板项目”相继投产,巨大的原料奶需求量,将持续带动呼和浩特及周边城市的奶业发展,不断为实现奶业振兴提供强大动能。

伊利集团18万头奶牛绿色智慧养殖示范园项目规划范围8万余亩,全部建成后预计总投资约80亿元,建成后奶牛存栏达18

万头,实现年产量100万吨以上,带动周边50多万亩饲草基地建设,每年直接产生经济效益30亿元以上,每年间接产生经济效益达70亿元以上,直接增加就业岗位约5000人,间接带动4万人就业。项目建成后将有力推动内蒙古自治区及呼和浩特市农牧业经济高质量发展。

打造绿色牧场,引领奶业可持续发展

目前以伊利为代表的中国乳业正在积极探索绿色低碳的高质量发展模式。多年来,伊利积极推进碳达峰、碳中和工作,将绿色低碳发展理念融入生产、运营全过程,创新资源节约使用和循环利用技术,全面减少各类废弃物排放,提升清洁能源使用率,在各个环节最

大限度地减少对环

境的影响。为了更好地推动低碳绿色发展,伊利率先在行业内推行以养带种、以种促养的“种养一体化”生态农业模式,将数字化、智能化先进科学技术与传统养殖业充分融合,有效减少碳排放量。此次建设的伊利集团18万头奶牛绿色智慧养殖示范园项目以生态优先,绿色发展理念为引领,通过光伏建设和粪污的无害化处理以及粪污资源化利用,在解决粪污问题的同时,提供绿电及清洁能源供热,预计每年碳减排量可达80万吨以上,实现农光互补能源综合利用和种养及生物处理循环经济。

未来,伊利将积极响应国家奶业振兴号召,充分发挥行业龙头的引领作用,聚集“全球健康生态圈”之力,助推伊利现代智慧健康谷成为世界乳业硅谷,携手全产业链合作伙伴迈向高质量发展新未来,让世界共享健康。

(桑蕾)

