

财经视点

南美水果、本地柑橘斗艳市区水果市场

市场换季冬令水果登堂入室

本报讯(记者陈月丹)虽然还没进入真正的冬季,市区水果市场已经切换到冬令时了。昨天,记者从市农产品市场了解到,和本地季节相反的南美水果已相继登场,传统冬季水果正逐渐成为市场主导。

南美水果上市,冷门水果开始转热

上周日,在市区做水果生意的“小明水果”在她的微信上发出了一张车厘子的照片,只配了一句简单的介绍:“车厘子到货了。”据介绍,这批车厘子刚从智利空运而来,售价在她自己看来属土豪级别的:2.5公斤装净果650元,平均每公斤260元。

“目前南美洲的智利、秘鲁、阿根廷等国陆续进入了夏季水果成熟季,从上月中旬开始,产自这些国家的进口水果就陆续抵达我市。”市农产品批发市场的方舟告诉记者,目前上市的主要品种有车厘子、红提、牛油果、蓝莓、布朗等,由于上市量还不小,都以空运为主,所以价格也比较高。“按往年情况来看,要到12月中下旬改走海运之后,车厘子价格才会下降至400~450元/箱。”

记者了解到,近年来,南美水果在

我市的交易量逐年增加,目前约占进口水果交易总量的20%,到春节期间能占到30%。这其中,一些原先的冷门水果接受度也在逐渐提高。如作为秘鲁水果代表的牛油果,营养价值高,但因口感平淡,多年来销路平平。近年来,随着国际贸易的飞速发展以及金华人消费理念的变化,牛油果开始受到青睐和追捧,该市场日均销量超过20吨,相比前几年大幅增加。

柑橘类水果旺销成主力

高原王子冰糖橙、赣南橙、江西蜜橘、福建蜜柚、砂糖橘……如果你留意,一定已经发现,这段时间的水果市场,柑橘类水果占了大头。

这其中,江西、湖北两地出产的柑橘目前在数量和价格上均占据优势。记者了解到,去年由于江西柑橘产地大面积果树灾害导致柑橘产量大幅缩减,令湖北、湖南、广西等地的柑橘竞相上市抢占市场。今年江西柑橘恢复产量,所以市场中柑橘的来源地还是以江西为主。而在遭遇去年的损失后,当地果农也强化了管理意识,使得今年上市的柑橘口感明显提升,且价格稳定,批发均

价基本维持在2.8元/公斤,与去年基本持平,因此很受欢迎。

相比之下,产自我省台州一带的涌泉蜜橘价格就比较高,批发均价约为9元/公斤,大幅超过江西柑橘,但依靠水分足、口感好的优势依然颇受金华人追捧,月销量在1000吨以上。

除此之外,近期柑橘类水果中的新面孔也不少。比如刚上市半个月左右的赣南脐橙,虽然口感还没到最好的时候,但销量已在明显增长,目前在市农产品批发市场的销量一天大约50吨,最多时有200多吨。据介绍,相比往年,今年赣南脐橙的产量有所增加,但价格并没有因此下降,批发均价每公斤8.4元左右,相比前几年4元多、6元多的价格还是高出不少。

除此之外,砂糖橘也已经上市了,只是量很少。还有各大微商、电商在极力吆喝的高原王子橙,目前也已上市。只是,由于价格比较高,批发均价普遍一箱(5公斤)在80~90元之间,远超其他同类,因此销量并不算大。

方舟介绍,接下去,苹果、香梨、砂糖橘、脐橙等传统冬季水果将会成为市场销售主导。与此同时,随着海运增多,多品种的进口水果会进一步增量,车厘子等高端水果的价格也会随之出现波动下行。



66.2%受访者望“双11”优惠简单直接 超半数表示筋疲力尽

案例:今年“双11”,各大平台的促销活动纷纷推陈出新,规则更加复杂。光是优惠券就有预售、定金膨胀金、满减红包、直降红包、返现券等名目,还有7天或30天保价政策……网友们纷纷吐槽:没有“奥数”功底已不敢应战。

日前,中国青年报社社会调查中心联合问卷网,对1802名受访者进行的一项调查显示,为了在“双11”抢到心仪的物品,63.5%的受访者称自己费心计算。对于繁复的购物规则,60.5%的受访者认为增加了消费者的时间成本和精力。60.0%的受访者觉得在“双11”买东西确实实惠,66.2%的受访者希望优惠规则简单直接。

中国人民大学商法研究所所长刘俊海说,各类让人“眼花缭乱”的促销规则,其实侵害了消费者的知情权,进而侵害了消费者的选择权、公平交易权,甚至还有安全保障权。

解说:这个“双11”,朋友圈不少人感慨应对优惠活动各种规则心太累。所以必须说,一些商家推出的直接打折活动虽然简单粗暴,但也意味着公开公正透明,是一种“看得见的优惠”。

燃气灶抽检两成不合格 皇朝电器等品牌热负荷不达标

案例:日前,国家质检总局通报了2017年家用燃气灶产品质量国家监督抽查结果,本次共抽查山西、上海、浙江等6省共计90批次的产品,经检测有17批次产品不符合标准规定,主要涉及热负荷、干烟气中一氧化碳浓度、热效率、温升测试等项目。

这次抽查的燃气灶多为嵌入式产品,这是目前市场上家用燃气灶的主导型产品,占据着家用燃气灶的大部分市场份额。

“热负荷”是一个使用性能指标,简单说就是燃气灶提供的火力的大小,在燃气灶包装或者灶具上会标出热负荷的数值,这就是额定热负荷。经检测,一些燃气灶产品中“干烟气中一氧化碳浓度”超标,直接影响消费者人身健康安全。根据国家燃气用具质量监督检验中心统计分析,历年抽查发现不合格企业均来自主产区广东和浙江,且均为小型企业。对于这次抽查发现的不合格产品,目前正在按照国家相关规定进行处理。

解说:家家都离不开燃气灶,但其安全性能等方面往往容易被忽视,而因燃气灶故障所导致的安全事故也偶有耳闻,所以,还是老生常谈,选购燃气灶要认准正规厂家的大品牌。

本期主持 冯焯

新品牛排节来了

本报讯 对于“食肉兽”来说,吃肉的心情是愉悦的、满足的,而在众多美味肉食当中,牛排尤其让“食肉兽”们欲罢不能。近日,市区中华商务酒店梧桐树西餐厅着力推出的新品牛排节,就吸引了不少食客前往尝鲜。

“一块牛排,一份西点,一碗浓汤,再来点水果或蔬菜沙拉,在梧桐树西餐厅享受牛排的美好时光。”一位食客这样描述在梧桐树西餐厅品尝牛排的心情。

据介绍,本次牛排节分别推出了澳洲带骨肉眼牛扒套餐和牛肋骨牛扒套餐,不同于市场上售卖的普通牛排,牛排节上的牛排均选自澳洲天然牧场的最新鲜牛排,品质上乘,经过西餐大厨提前N个小时用独有酱料手工腌制而成,肉质鲜、嫩、韧,口感鲜香浓郁,纹理清晰,表面微干不黏腻。最重要的是食材新鲜地道,更符合健康美食理念。新品牛排节期间,点牛排套餐还可享餐后饮品和咖啡7折优惠。 文/图 冯焯



牵手金牌服务商海尔日日顺 安利优质体验再升级

本报讯 日前,安利(中国)与海尔旗下日日顺健康在青岛签署战略合作协议,对安利旗下两大家居科技产品(逸新空气净化器、益之源净水器)的售后服务进行升级,交由日日顺就该两大产品系列面向消费者提供上门安装、维护维修等服务,全面提升服务响应速度、服务完成时效及服务质量。

近年来,安利全面实施体验战略,随着众多体验实体相继建成和投入运营,与安利移动社交电商平台、营销人员社群经济、高效物流配送及优质售后服务体系相配合,逐步打造了一个覆盖全接触点的体验生态。此次牵手国内家电金牌售后服务商海尔日日顺,将进一步完善安利的O2O体验闭环,持续为营销人员及消费者提供安利式卓越服务和体验。

服务覆盖全国 时效全面升级

安利逸新空气净化器和益之源净水器集合多项国际领先的净化技术于一身,获得多项国际国内权威认证。自2010年陆续在中国内地上市以来,安利始终致力于为用户提供优质产品和周到完善的售后服务。随着安利家居科技产品市场保有量的持续增长,为了更好地服务市场及消费者,助力营销人员展业,安利决定对现有的家居科技产品售后服务进行重新规划和升级,投入更多资源,与全国净水器、空气净化器售后服务行业标杆企业——日

日顺健康服务合作,提供更快服务响应速度及更优服务质量,提升消费者产品使用及服务体验。

日日顺健康是海尔集团旗下的居家健康运营服务平台,在2017年荣获“全国售后服务十佳单位”且连续两年被评为“最具影响力净水服务品牌”。日日顺在全国各省、自治区及直辖市均有网络布局,并覆盖337个地级市,做到全面服务无死角。

安利委托日日顺开展对家居科技产品进行售后服务后,整体服务响应速度及完成时效性将全面升级。基于日日顺遍及全国的强大售后服务网络支持,未来消费者只需致电安利家居科技服务热线或到店报修故障,2小时内即有客服人员致电预约维修时间,72小时内维修人员到达消费者指定地点,提供现场检测服务解决问题。同时出于重视消费者体验的考虑,安利及日日顺投入巨大资源,基于高标准优化双方的IT信息系统智能管理功能,通过全程服务节点信息化跟踪监控,做到人单合一,确保服务高效、服务质量规范稳定,实现顾客满意。

覆盖全接触点 优质体验再升级

近年来,安利基于直销业务模式特点,全面实施体验战略,打造基于线下社群的线上移动电商平台,稳步推进线下体验实体建设,优选服务商完善物流及售后服务体系,完成传统直销模式向“O2O新直销”模式变革。

在线上,今年6月新晋上线的“安利云购”平台,深度整合了多个涵盖PC端和移动端的安利自有电商平台,其销售额目前超过安利年销售额的50%,已发展成为中国颇具规模的O2O直销电商平台。在线下,截至今年7月,安利已在全国建成61家旗舰体验馆、体验店,预计在2019年,现有的266家体验实体及传统店铺将全面升级为230家体验实体,通过差异化定位,达至服务营销人员和消费者的全方位市场支持。在物流端,安利在7月与京东物流、苏宁物流、顺丰速运三家物流巨头达成合作,计划到2017年底,安利家居送货一、二线城市24小时即可到达,偏远地区也将缩短到3天以内。

多年来,安利一直以优质产品和优质服务著称,曾获得商务部颁发的“最佳客户服务奖”及中国质量检验协会颁发的“质量和服务诚信承诺优秀示范企业”。此次牵手海尔日日顺,将继续提升安利家居科技产品的售后服务水平,建立良好的产品口碑,也将有助于提升消费者满意度和忠诚度,用服务和体验建立起安利与营销人员、消费者之间的共鸣和信任,助力安利营销人员展业。

安利大中华首席体验官陈朝龙表示,安利将整合日日顺的售后服务优势,配合安利的电商平台、体验实体、物流体系,完善和优化一个融合线上线下、覆盖全接触点的体验支持生态。未来,安利将协同日日顺为消费者提供更多的个性化优质服务项目及更多超值体验。(青果)