

第一季度漳州网络零售额 29.1 亿元

食品酒水类销量最好

近日,记者从商务局获悉,全市一季度网络零售发展势头强劲,共实现网络零售额29.1亿元,其中实物商品网络零售额达26.2亿元,非实物商品网络零售额达2.9亿元。

区域排行榜: 芗城、龙文、龙海位居前三

从区域交易规模来看,芗城区、龙文区、龙海市网络零售额排名位居前三,其中芗城区网络零售额达7.4亿元,占全市网络零售额比重为25%,高居榜首,主城区网络零售展示范效应凸显。龙文区、龙海市紧随其后,零售额分别为6.1亿元、5.2亿元,居全市第二、第三名。

从网络零售平台来看,全市企业在天猫商城销售比例最高,占总销售额30.6%;其次是淘宝网,占比22%;京东商城,占比12.7%;美团外卖,占比5.9%;苏宁易购,占比4.3%。

从网络零售交易方式来看,B2C交易模式(企业对个人销售)占比最大,达80.4%;C2C(个人对个人)交易模式占比19.6%。

品类销量榜: 食品酒水类销量最好

实物电商和服务电商相互促进,协同发展,驱动我市网络零售进入新的增长空间。

从实物行业交易规模来看,食品酒水类、服装服饰、母婴、运动户外、

个护化妆等销售最为火爆,分别销售7.9亿元、3.7亿元、3.2亿元、3.1亿元和2.2亿元。其中,食品酒水类网络零售额占比最大的是龙海市,达38.9%;服装服饰类网络零售额占比最大的是南靖县,达32.1%;母婴类网络零售额占比最大的是龙文区,达54.3%。

从服务电商行业交易规模来看,在线餐饮类网络零售额占比最大的是芗城区,达37.4%;在线旅游类网络零售额占比最大的是龙海市,达60.9%。

农产品网络销售: 生鲜食品、农资、花卉绿植畅销

2020年前3个月,农产品网络零售市场潜力得到进一步释放,“互联网+农业”的优势充分体现,市场规模整体上行,活跃商品数量不断增加,越来越多的特色农产品实现了“触网”外销,一季度全市农产品网络零售额达8亿元。

据欧特欧咨询数据显示,我市农产品网络零售额排名前三的行业分别为生鲜食品、农资、花卉绿植,占比分别为39.8%、15.9%、15.5%。

农产品网络零售额排名前三的区县分别为龙海市、平和县、南靖县,占比分别为29.7%、15.3%、12.6%。

■本报记者 陈铃清
通讯员 黄喆煜 文/制表



京东中国特产·东山馆负责人何少华通过直播向消费者推荐东山岛原味炭烤海干。

一季度天猫商城漳州网店零售额十强

排名	店铺名称	所在地	零售额(万元)
1	鸿星尔克官方旗舰店	长泰县	4854.3
2	卡尔顿旗舰店	龙海市	3208.4
3	片仔癀官方旗舰店	芗城区	2639.8
4	小白心里软旗舰店	龙文区	2395.6
5	优贝宜旗舰店	龙文区	2128.4
6	老先生食品旗舰店	南靖县	1648.2
7	怡恩贝旗舰店	龙文区	1643.8
8	为美兹旗舰店	南靖县	1604.6
9	蒙士旗舰店	芗城区	1483.6
10	danco丹夫旗舰店	龙海市	1167.3

再添1个 全市国家级农业标准化示范区项目达18个

本报讯(记者 陈铃清)日前,国家标准化委员会发布了第十批国家农业标准化示范项目计划,我市申报的“国家高山茶种植标准化示范区”获批立项,这是我省获批的两个I类项目之一。该项目承担单位为南靖县高竹金观音茶叶专业合作社。项目执行时间为3年,2022年底前完成示范项目建设任务。加上新增的这个项目,目前我市国家级农业标准化示范区项目共有18个。

据市市场监督管理局介绍,农业标准化示范区是指按照一定的种植或养殖标准组织生产和管理,其产品达到相关质量标准要求,并对周边地区起到示范、带动作用的农业生产区域。高山茶种植示范区位于南靖县南坑镇葛竹村,地处闽南最西部,该获批项目将在高山茶种植省级标准化示范区2000亩

的基础上,以“合作社+基地+农户”经营方式,建立高山茶种植标准体系,通过实施,持续完善和改进标准,提升高山茶的产量和质量。力争通过三年建设,年产高山茶叶产品500吨以上,产值5000万元以上,示范带动周边地区12万亩茶园采用标准化种植模式,实现总产值10亿元,进而打造“南靖山茶一南靖丹桂”区域优势公共品牌影响力和竞争力,促进农业增效、农民增收,助力乡村振兴发展。

下一步,市场监督管理局将按照《国家农业标准化示范区管理办法(试行)》的要求,指导项目承担单位有序开展示范区建设工作,进一步健全标准体系,强化标准化管理,以标准化促进传统农业向现代农业转变,以标准化提升农产品的品牌层次和附加值,努力培育和打造漳州市农业标准化新标杆。

上周主要食品价格小幅波动

本报讯(记者 陈铃清)近日,记者从省发改委价格监测中心获悉,4月19日,26种主要食品价格与4月13日相比13涨12跌1平,粮油价格保持基本平稳,猪肉价格继续小幅下跌,蛋品和水产品价格略有上涨,蔬菜价格小幅波动,水果价格普遍回落。

其中,监测的4种猪肉零售价格继续小幅下跌,全省平均每500克精瘦肉29.61元,肋条肉28.37元,带皮后腿肉25.57元,肋排39.21元,分别下跌0.5%、0.7%、0.8%和1.8%。

其他蛋白类食品价格涨跌少,全省平均每500克鲜牛肉52.53元,微涨0.9%;鲜羊肉47.83元,白

条鸡16.97元,分别微跌0.2%和0.5%。蛋品价格小幅上涨,鸡蛋4.53元,鸭蛋5.72元,分别上涨1.3%和0.4%。水产品价格略有上涨,活虾44.59元,黄瓜19.18元,分别上涨1.4%和2.3%;草鱼8.54元,微跌0.7%;鲮鱼10.57元,持平。

蔬菜价格有涨有跌,涨跌幅均在5%以内,全省平均每500克大白菜2.18元,西红柿4.69元,圆白菜2.1元,菜花3.26元,涨幅在1.6%~4.9%;上海青3.08元,黄瓜3.43元,分别下跌3.4%和3.7%。水果价格普遍小幅下跌,苹果5.65元,梨3.71元,香蕉3.28元,分别下跌1.7%、1.1%和1.2%。

猪肉价格“9连降” 年内已投放15次累计30万吨中央储备肉

农业农村部生猪及猪肉价格每周监测数据以及“农产品批发价格200指数”每日监测数据显示:今年第7周(即2月10日-2月16日),全国规模以上生猪定点屠宰企业生猪平均收购价格为38.86元/公斤,白条猪平均出厂价格为50.11元/公斤,达到年内高点。从今年第8周(即2月17日-2月23日)起至第16周(即4月13日-4月19日),猪肉市场价格已经连续9周回落。

国家发改委国民经济综合司司长彭程4月20日表示,近两个月,猪肉价格从较高水平上持续回落。4月19日,36个大中城市超市集贸市场猪肉零售价格比2月中旬下降12%。

猪肉价格连续下降是什么原因?

苏宁金融研究院高级研究员付一夫接受《证券日报》记者采访时表示,随着国内疫情防控形势整体好转,畜牧业生产逐渐回归至正常运行轨道,生猪产能恢复状况持续向好,从数据上看,能繁母猪存栏数、新生仔猪数和生猪存栏数都表现为明显的增长。反映到终端价格上,以往的猪肉市场供求紧张问题得到大幅改善,价格自然连续回落。

根据农业农村部数据,对全国400个定点监测县数据汇总显示,3月份能繁母猪存栏环比增长2.8%,快于1月份的1.2%和2月份的1.7%。自去年10月份以来,能繁母猪存栏已连续6个月增长。

根据国家统计局数据,去年四季度能繁母猪存栏比三季度增加了95万头,今年一季度又增加了301万头,今年3月末比去年9月份增长13.2%。

同时,随着屠宰企业逐步复工复产,前期压栏生猪加快出栏,推动猪肉价格回落。

在猪肉供求方面,有生猪分析师表示,现阶段,餐饮行业、学校机关食堂等并未全面开业,猪肉市场供求紧张状况有所缓解,也导致了猪肉价格下降。

“此外,今年以来,为了保障猪肉供给、稳定猪肉价格,已经分批次投放了大规模的储备猪肉,同样改善了市场供给,并促使猪肉价格下降。”付一夫表示。

《证券日报》记者综合商务部、华储网公布消息了解到,自今年1月3日投放3万吨中央储备猪肉起,到4月16日投放1万吨中央储备猪肉,年内中央已陆续投放15次储备猪肉,累计投放量达30万吨。其中,春节以来,已分11批投放近18万吨中央储备猪肉。

未来猪肉价格走势如何?

“从全年猪肉供需情况来看,虽然生猪产能恢复积极向好,但猪肉供应偏紧的格局还没有根本改变。”农业农村部畜牧兽医局局长杨振海认为,二季度猪肉供需仍面临生产基数低、进口不确定性增加、消费回升等三重因素叠加的压力,可能是这一轮猪周期最为困难的时期。7月份后市场供应将逐步改善,但由于下半年节日多,消费拉动也更强烈,猪肉价格高峰可能出现在9月份前后。

杨振海表示,下一步,农业农村部将坚持生猪生产恢复和非洲猪瘟防控两手抓,开展生猪稳产保供和政策落实情况督查等,确保今年生猪产能能基本恢复到接近常年水平。(据《证券日报》)

手机分辨率越高越好用吗?

在购买手机时,消费者关注最多的是手机的配置,如处理器、屏幕、内存、摄像头等,其中有不少消费者认为手机的“分辨率”参数越高越好,是不是真的如此呢?一起听听中国电信专业人员的讲解。专业人员介绍,我们在手机上看到的图像是由大量的像素点配列组合而成的,手机屏幕的分辨率即屏幕横向像素点数量×纵向像素点数量。像素点越多,分辨率也就越高,图像就越清晰。

几种常见的分辨率参数中“P”代表的是纵向的像素点;“K”代表的是横向的像素点;“PPI”即像素密度,表示每英寸屏幕所拥有的像素数量,PPI越高屏幕越能以高密度显示图像。屏幕分辨率越高手机呈现的画面也会更加清晰细腻,能够看到更丰富的细节,在看图、刷视频、打游戏时获得更好的视觉体验。但是,手机分辨率越高,相应也会增加眼睛的负担,更容易造成眼疲劳;同时分辨率越高,使用过程中的耗电也就越大;高分辨率屏幕需要更高的制作成本,价格也会相对昂贵。因此,在选购手机时消费者要综合考虑自己的需求和经济能力做出决定,不要单方面追求高分辨率的手机屏幕。

■本报记者 陈铃清

酱油降“盐值”真能减盐不减鲜?



越来越多品牌推出了减盐酱油

酱油行业掀起“减盐”热潮

开门七件事“柴米油盐酱醋茶”,酱油是菜肴里咸味和鲜味的主要来源之一,也是“隐性盐”的集聚地。国务院办公厅印发的《国民营养计划(2017-2030)》中提出,到2030年,实现居民营养知识素养明显提高,人均每日食盐摄入量降低20%。在《中国居民膳食指南》中,建议成人每天食盐不宜超过6克,世界卫生组织的标准更高,每天食盐不超过5克。

在政策和市场需求的引导下,酱油行业掀起了“减盐”热潮,厨邦、李锦记、味事达、加加、雀巢、欣和等越来越多的品牌细分出了控盐类、减盐类的酱油产品。日前,记者在市区沃尔玛超市看到,调味料区内,酱油产品的品牌、品类多种多样,其中,外包装上标识着“减盐”“淡盐”“薄盐”的酱油和生抽产品占据了近三分之一的货架。

这些产品在外包装上均特别强调了减盐量,基本上减盐量在20%以上,最高达到了30%,部分产品还特

看,农资绿植、食品酒水、母婴、服装服饰、个护化妆行业直播商品数排前五,占比分别为41.8%、19.5%、11.8%、8.9%、6.6%。

其中,我市在阿里新零售网络渠道(线上线下相结合模式)的零售额超1.1亿元,同比增速为114.8%,实现网络零售量804.7万件,从我市在阿里新零售渠道的行业销售情况来看,1~3月,粮油调味类、牛奶乳品类、休闲食品类的网销量名列前茅,网络零售额占比分别为21.3%、14.3%、14.1%。

■本报记者 陈铃清
通讯员 黄喆煜

酱油是百姓餐桌上广泛应用的一种调味品,为满足消费者多样化、健康化的购物需求,近年来,各类“减盐”“淡盐”“薄盐”酱油产品纷纷登场。作为调味品,当产品的含盐量降低之后,其品质和风味是否会发生改变呢?为此记者进行了多方了解。

鲜不鲜要看氨基酸态氮值

通过阅读成分表记者了解到,酿造酱油里都含有食盐这一成分,减盐酱油顾名思义减少了食盐的投放量,例如,味事达成分表上标注食盐含量≤13克/100毫升;厨邦标注食盐含量≤12克/100毫升。

记者购买并分别品尝对比了厨邦、李锦记等多个品牌的普通酱油和减盐酱油,后者的咸味均明显低于前者。

在控盐的基础上,酱油的咸味下降了,那鲜味呢?据了解,酿造酱油中的鲜味物质主要来源于原料中的氨基酸,氨基酸态氮值指的是以氨基酸形式存在的氮元素的含量,这个数值越高代表酱油中氨基酸含量越高,鲜味越好。记者对比普通酱油和减盐类酱油发现,后者在氨基酸态氮值上稍逊色于前者。例如,厨邦一款宣称“减盐不减鲜”的淡盐酱油氨基酸态氮值≥0.55克/100毫升,其同样包装的普通酱油氨基酸态氮值≥1.3克/100毫升;李锦记一款薄盐酱油氨基酸态氮值≥1克/100毫升,其同样包装的普通酱油氨基酸态氮值≥1.2克/100毫升。由此可见,多数减盐类酱油在鲜味上也有所削弱,对鲜味有一定要求的消费者在购买酱油类产品时不妨多对比下成分表中的氨基酸态氮值。

盐分与酱油的防腐能力密切相关

此外,还有一个问题值得关注,盐分与酱油的防腐能力也密切相关,酱油减盐后,如何维持住防腐能力呢?部分品牌采用的做法是加入“山梨酸钾”“苯甲酸钠”等食品防腐剂。

国家《食品添加剂使用标准》中规定,酱油允许添加山梨酸钾、苯甲酸钠,两者最大使用量均要求不超过1.0g/kg。例如,李锦记一款特级普通酱油成分表中没有“山梨酸钾”等食品防腐剂,而其同包装同为特级的薄盐酱油则添加了“山梨酸钾”这一成分。还有一些品牌则是通过改进工艺来提升酱油自身的防腐能力,据欣和品牌介绍,其通过万级洁净生产技术以及栅栏技术,实现减盐酱油产品在在不添加防腐剂的条件下,在保质期内不出现变质问题。欣和、味事达的减盐酱油成分表上均没有出现“山梨酸钾”等食品防腐剂。同时,“无添加防腐剂”“0添加防腐剂”也成了这些品牌产品的一大卖点,在产品包装的显著位置加以强调。

■本报记者 陈铃清 文/图



“盐值”不同,配料略有差异,氨基酸态氮值也有高低。