

2021年漳州市CPI累计微涨0.3%

2021年漳州市辖区居民消费价格(CPI)总体保持平稳运行态势。据国家统计局漳州调查公布的统计数据 显示,去年漳州市辖区居民消费价格(CPI)累计微幅上涨0.3%,比2020年1.7%的上涨幅度低了1.4个百分点;全年各月累计价格指数涨跌幅度均在0.5%以内,总体上价格行情走势较为平稳。

其中,非食品价格上涨对价格总水平上涨影响明显,1-12月累计上涨1.1%,全年影响价格总水平上涨0.88个百分点。食品价格行情则呈现缓慢下行态势,1-12月份累计下降3.0%。

工业品价格上涨明显

2021年,受石油以及各大宗 商品类原材料价格上涨,顺应碳达峰目标减 产力度加大、供应受限、市场需求预期 良好等多因素共同影响,工业品生产价 格持续上涨,使得消费环节工业品价格

也出现明显上涨行情。

从月环比价格来看,除了8月份和12月份分别下降0.1%、0.7%外,其余月份均为上涨;从月同比价格来看,受上年翘尾因素(翘尾指上年价格变动对下个年度同比价格指数 的影响),1-2月份分别下降2.4%和1.3%;从3月份起价格持续上涨至12月份,并在4月份和10月份出现两波明显的上涨行情,拉高上涨幅度。1-12月份工业品价格累计上涨2.3%。

工业品中,住房装潢材料类价格涨幅尤为明显,去年1-12月累计上涨3.1%。从全年各月来看,同比价格持续 上涨,1-9月份上涨幅度在3.0%以内上 下波动。但在10月份出现明显上涨行 情,受限电、原材料价格上涨等因素影 响,水泥、板材、管材等价格大幅上 涨,水泥涨幅最高,上涨了34.0%,影响住 房装潢材料类同比价格上涨7.3%,在 12月份上涨至8.3%。

鲜菜价格起伏波动较大

与上年同期相比,2021年鲜菜价 格总体呈小幅下降趋势,降幅为0.9%。

去年年初鲜菜环比价格大幅上 涨20.9%,以及上年度正翘尾的影响,1月 份鲜菜同比价格高涨17.8%。2月份起 鲜菜环比价格持续下跌至5月份,且下 降幅度较大,6月份再次上 涨10.9%,随后在7月份回落4.9%;在环比价格持续

下降以及去年同期鲜菜价格水平居高 的双重影响下,2-9月份鲜菜同比价 格,除3月份小幅上涨1.8%外,其余月 份均在负指数区间运行,且幅度起伏较 大,分别下降了11.2%、15.4%、5.0%、 9.6%、16.2%、9.5%和4.1%。8月份起 受季节、天气、运输等多种因素影响,鲜 菜价格出现新一轮长达4个月的上涨行 情,鲜菜同比价格从10月份起开始呈 现正增长,且在11月份达到年内同比 价格最高点,上涨37.6%。12月份鲜菜 环比价格再次出现下降行情,大幅下降 19.1%;但在前几个月价格持续上涨的 影响下,12月同比价格仍上涨了3.4%。

猪肉价格下降带动畜肉价格整体下降

与2020年同期相比,2021年猪肉 价格下降了31.0%。受猪肉价格下降 影响,畜肉价格整体下降19.0%。

2021年猪肉同比价格除1月份上 涨1.3%外,2-12月份均在负指数区间运 行,且在前期环比价格持续下降的影响 下,2-7月份猪肉价格同比降幅逐步扩 大,7月份达46.6%;8-10月份降幅变化 不大,在3.0%以内。11-12月份,受生 猪养殖周期较长的影响以及前期猪肉 价格持续下降打击养殖户的补栏积极 性,生猪存栏量减少,加上年底对猪肉 消费需求的增加,猪肉环比价格由跌 转涨,11月大幅 上涨18.9%,12月份继续上涨3.2%,猪 肉

同比价格降幅出现明显缩小。

鸡蛋价格居高不下

2021年鸡蛋价格与2020年同期相 比共上涨了16.7%。

去年初,鸡蛋环比价格大幅上 涨20.8%,此后鸡蛋价格水平一直保持 高位上涨态势。环比价格的持续性上 涨,使得新涨价因素在12月份上 涨幅度高达24.7%。(新涨价因素指的是今年 价格变动对同比价格的影响,前期环 比价格持续上涨,新涨价因素为正),在 正新涨价因素的强势推动下,使得鸡 蛋同比价格持续高位运行,全年有10 个月份同比涨幅在10.0%以上,有3 个月份同比涨幅在24.0%以上,7月 份的同比价格达到全年最高,上涨了 26.2%。

水产品价格持续上涨

2021年水产品价格总体上 涨4.0%,淡水鱼价格上涨最为明显, 涨幅达到13.2%;虾蟹类和海水鱼分 别上涨了8.4%和3.1%。从全年各月 来看,水产品价格上涨幅度持续扩 大,其中1-6月份累计上涨1.0%,下 半年涨势要强于上半年。2021年7-8 月份,受2020年同期价格水平较低以 及禁渔期、高温天气等因素的影响, 淡水鱼、海水鱼以及虾蟹类价格均 出现明显上涨行情。

■本报记者 林露
通讯员 赖艳玲



采价日期:2月14日9:00-11:00 计量单位:元/500克

品 名	新华都	大润发	沃尔玛	延通市场	北桥市场	东岳市场
绿豆	5.58	7.80	5.98	6.00	8.00	7.00
猪精瘦肉	13.58	16.00	16.8	20.00	20.00	20.00
带皮后腿肉	6.98	12.80	9.9	15.00	14.00	13.00
排骨	28	27.65	32.8	33.00	33.00	32.00
牛腱子肉	49.98	65.80	/	54.00	53.00	53.00
牛腩	46.8	52.80	/	50.00	48.00	50.00
白条鸡	9.98	11.60	/	13.00	12.00	13.00
鸡场蛋	5.98	5.45	7.5	6.50	6.00	6.00
鸭蛋	6.11	5.95	8.9	7.00	7.00	6.50
冻带鱼	19.98	23.80	/	21.00	23.00	20.00
草鱼	11.98	12.80	8.8	11.00	10.00	10.00
白鲫鱼	19.98	19.80	/	13.00	14.00	12.00
芹菜	5.98	6.28	7.98	5.00	5.00	5.50
黄瓜	3.98	4.91	3.88	5.00	5.00	5.00
萝卜	0.71	1.56	0.88	2.00	2.50	2.00
茄子	2.98	4.48	4.98	4.00	5.00	5.00
大白菜	1.11	1.68	1.18	3.00	3.00	2.00
上海青	3.98	4.45	4.58	4.00	3.50	4.00
空心菜	6.98	7.58	5.98	5.00	5.50	5.50
西红柿	4.17	4.56	4.38	5.00	5.50	5.50
胡萝卜	1.45	1.73	1.98	3.00	3.00	3.00
花菜	1.68	3.78	5.98	3.00	3.00	3.00
油菜	7.58	3.38	4.98	4.00	4.00	4.00
富士苹果	4.98	4.98	7.98	7.00	6.50	6.50
鸭梨	3.58	5.98	3.98	5.00	5.00	4.50

(漳州市发改委提供)

备注:以上信息仅供参考。更多市场行情请登录“漳州菜篮子” <http://www.zzclz.com>

今日元宵 象征团圆的汤圆你安排了吗？

俗话说,元宵牵着年离去。元宵 节一过,就过完了这个年。在元宵 节,北方滚元宵,南方包汤圆,汤圆 与“团圆”读音相近,象征全家人团团圆 圆。

记者走访了市区永辉、大润 发、沃尔玛、新华都等商超,商家 正忙于上架各大品牌、各种口味的 汤圆。

走进市区沃尔玛超市,新春的节 日氛围还未散去,年味的余温尚存, 闹元宵氛围浓厚。湾仔码头、广州酒 家利口福、海霸王、安井、思念、三全 等汤圆货品已备齐,黑芝麻、花生、奶 黄流沙等口味汤圆产品丰富,价格也 十分亲民。三全凌800g汤圆售价为 9.8元/包,甲天下黑芝麻口味、花生 口味汤圆350g和惠宜500g汤圆的售 价则为5.9元/包。

而在市区大润发超市,黑芝麻坚果 汤圆、玫瑰豆沙汤圆等小众汤圆也 被放在冰柜的黄金位置,不少市民正 在选购心仪的口味。“传统口味花生 馅、芝麻馅汤圆销量最高,最近有很 多客人来询问芋泥汤圆、芝士汤圆 等,我们也抓紧备了些货。”大润发超 市导购员吴女士说。

线上汤圆的口味更丰富。在天 猫、京东、拼多多、淘宝等线上商 城,搜索栏输入“汤圆”等关键 字,水果汤圆、水晶汤圆、花式汤 圆等不同口味的汤圆就都“跳”出

来了。从销量上看,线上也十分可 观,九岭夯大黄米汤圆月销量达到 8万以上,小迈同学黑芝麻花生汤 圆、缸鸭狗宁波汤圆月销量在3万 以上,醇当家五仁汤圆、五芳斋多 种口味汤圆组合、雪霸王卡通汤圆 月销量达1万以上。

汤圆虽好吃,但升糖快,有些消 费者食用起来有担忧,不少商家因此 推出了无糖汤圆,还配合打出了“买 一送一”和“满减”的促销活动,提升 销量。从价格来看,会比正常含糖产 品略贵,例如,思念无糖黑芝麻汤圆 400g,12.9元/包;回香创叶无蔗糖五 仁黑芝麻汤圆500g,16.8元/包;甄今 无糖手工汤圆500g,15.8元/包。在 宝贝评价中,许多买家表示“口味好, 会回购”“甜度适中,芝麻馅很香”“性 价比高”。

比起各种口味的甜汤圆,咸汤圆 别有一番风味,市场上成品咸汤圆较 少,不少好咸口的市民便购买了糯米 粉自制。“我的老家在江门,有吃咸汤 圆的习惯,对于吃不惯甜食的人来 说,咸汤圆是很不错的选择。”市民陈 皓告诉记者,咸汤圆是用糯米粉揣成 糯米团,再配以虾米、冬菇、紫菜、猪 肉、芥菜丝等煮汤,汤圆没有馅,而汤 正是一碗咸汤圆的灵魂,这碗热气腾 腾的咸汤圆寓意“一家团圆、美满幸 福”。

■本报记者 王心如 文/图



市民在大润发超市选购汤圆

虎年春节期间 国内汽车市场“淡季不淡”

春节原本是汽车销售的传统淡 季,但虎年春节期间,国内汽车市场 却呈现出“淡季不淡”的态势。是什 么原因逆转春节车市之淡?哪些车 型更受消费者欢迎?虎年车市还将 有哪些新变化?对此记者进行了实 地调研。

淡季不淡客流不断

“假期这几天每天都有不少顾客到 店里来看车,还有很多预约前来试驾 的顾客。”北汽集团旗下极狐品牌中心 店销售专家包艺月介绍。以往春节假 期都是汽车销售的淡季,而今年春节假 期尽管天气依然寒冷,车市却“反季节”火 热了起来。

不只是这一个门店,吉利、长城、 长安、比亚迪等品牌在北京的门店春 节假期也是客流不断,呈现出一派热 闹的景象。

不只是在北京,全国各地春节期间的 汽车销售都呈现出向好态势,“春节 去看车”成了虎年春节假期的特定项 目。浙江省商务厅数据显示,春节黄金 周期间,浙江省汽车销售同比增长 21.78%,较疫情前的2019年同期增长 22.29%。

全国乘用车市场信息联席会数据 显示,2022年1月的第一周,狭义乘用 车市场零售量为日均5.8万辆,同比增 长6%,比2021年12月的第一周增长了 27%。2022年1月份的零售回升较明 显,与2021年同期相比持续走强。进 入2月,尤其是春节这几天,零售仍是 走强态势。



在漳州万达广场小鹏汽车汽车展台,市民正在向工作人员了解新能源汽车的相关情况。

新能源车成市场主力

春节车市,新能源汽车成为人们消 费的重点。

来极狐汽车体验店看车的顾客吕先 生表示,自己一直想买一辆新能源汽车, 已经看过了很多品牌的新能源汽车产 品。听朋友介绍说极狐品牌的电动车 在品质、智能化方面都不错,而且续航超 过了700公里,就趁着假期过来看看。

“我们不少客户都是北汽新能源汽 车的老车主。”包艺月说,这些老车主 在对北汽新能源汽车使用满意的基础 上,知道北汽推出了更新换代的极狐品牌

高端新能源汽车产品后,纷纷前来“更 新换代”。“很多客户都表示,极狐产品 在外观、性能、智能化等方面都有了很 大的提升,体现出了一个高端品牌应有 的品质和形象。”

中国汽车工业协会数据显示,2021 年汽车产销分别完成2608.2万辆和 2627.5万辆,同比分别增长3.4%和 3.8%,结束了2018年以来连续三年的 下降局面。我国汽车产销总量已经连 续13年位居全球第一。其中,新能 源汽车成为最大亮点。数据显示,2021 年新能源汽车全年累计销售352.1万 辆,市场渗透率达到了13.4%,同比增

长1.6倍,连续7年位居全球第一,创造 了2016年以来的最快增速,其中私人 消费占比接近80%,可持续发展能力进 一步提升。这些都进一步说明了新能 源汽车市场已经从政策驱动转向市场 拉动。

与此同时,各地加大了对新能源汽 车消费的支持力度。例如,浙江嘉兴、 台州等地举办了汽车嘉年华等促消费 活动,通过发放汽车消费券、促销补贴 等方式,鼓励汽车消费。在春节期间, 多地新能源汽车消费都迎来了一个“小 高潮”,部分品牌销售甚至同比增长超 过100%。

随着“双碳”等政策的推动,新能 源汽车在市场中扮演着越来越重要的角 色,显现出了巨大的市场潜力。

“总体看,我国新能源汽车已进入加 速发展新阶段,对全球汽车产业电动化 转型的引领作用进一步增强。”工信部 装备工业一司副司长郭守刚日前表示。

中国汽车工业协会常务副会长兼 秘书长付炳锋表示,作为国民经济重要 的支柱产业,汽车业正处于转型升级的 关键阶段,2021年在国内宏观经济运行 总体平稳持续恢复的背景下,汽车行业 发展韧性继续保持。

中国汽车工业协会预计,2022年 我国汽车总销量预计将达2750万辆, 同比增长5%左右。其中,新能源汽车 将达到500万辆,同比增长42%,市场 占有率有望超过18%。全国乘用车市 场信息联席会也预计,2022年新能源 乘用车的销量有望达到550万辆以上, 渗透率将达到25%左右。(据新华网)

“虎”元素走俏,有你的功劳吗？

生肖承载着国人对传统文 化和民间节俗的特殊情感,催 生了独具特色的“生肖经济”。 近日,记者走访零售市场发现, 各大商家纷纷融合“虎”元素, 将各类商品披上“虎皮”,受到 消费者青睐,使得购买有“虎” 元素的商品成为一种新潮流。

春节长假,服饰消费市场 迎来旺季。市区三福时尚、 SKECHERS等商店推出了带 有老虎元素的衬衫、卫衣、外 套、帽子等多个品类的自营品 牌服饰,优衣库则与深受年轻 人喜爱的LINE FRIENDS合 作推出虎年拜年系列,均占据 了其服饰区内的“C位”。这些 服饰上有或憨态可掬或潮流时 尚的虎头元素,也有个性十足 的虎纹元素。“90后”市民高小 姐拿着一条萌虎卫衣爱不释手,她表示:“新的一年,用虎年 元素进行穿搭,看着不仅喜气 洋洋还时尚大气。现在的生肖 服饰充满设计感,又富有创意, 符合我们的审美。”

为了抢抓开年商机,一些 商场还推出虎年特色摊位,将 装饰品、玩偶、文创产品与形态 各异的虎元素相结合,发掘新 商机、打造新卖点,吸引了不少 市民驻足选购。“摊位上摆放的

产品均与虎年元素相结合,例 如将萌虎的表情包手办做成盲 盒,或者在玩偶头上戴上虎帽 等。”漳州碧湖万达广场的虎年 特色摊位工作人员告诉记者, 自春节前开设这个摊位以来, 销售情况都很不错,受到顾客, 尤其是年轻客人的喜爱。

抓娃娃是许多年轻人闲遐 之余的娱乐方式之一。漳州碧 湖万达广场、漳州印象汇等商 场里的娃娃机区域,近期增加 的萌宠玩偶娃娃机,给这个娱 乐项目增添了不少新年气息。 在漳州碧湖万达广场一层的一 台娃娃机旁,市民小陈拿着刚 抓到的萌宠玩偶爱不释手,他 表示:“这个带有‘福’字的萌宠 玩偶既可爱也有寓意,是我喜 欢的类型。”

作为中国生肖经济的“老 玩家”,国外品牌也纷纷蹭起了 虎年热度,推出了新春限定产 品。例如,肯德基推出了“虎虎 生金”新春大金桶;必胜客在虎 年大吉系列套餐的基础上,还 推出了附赠招财虎口罩的虎年 发财限定甜品;欧莱雅等多个 国外护肤品牌则摆出了虎年限 定套装,大红色的包装搭配金 虎图案,蹭虎意味浓厚。

■本报记者 林露

添加金箔违法 食用金箔伤身

近年来,随着人们对饮食 “品位”的提升,某些食品为了 吸引眼球,便走上了镀“金”(添 加金箔)之路。

记者在各大电商平台搜索 关键词“金箔”,看见许多商家 销售食用金箔银箔碎片,有不 少消费者用其制作蛋糕、咖啡、 布丁等,并给出“金箔好吃”“颜 色好看”“用来点缀食品看起来 很高级”等评论。

那么,金箔能不能食用? 在食品中添加金箔的行为是否 合法?

福建省市场监管局表示, 金箔常被用于制作金箔酒、金 箔蛋糕、金箔巧克力、金箔冰 淇淋等,但根据我国食品安全法 律法规及食品安全标准规定, 金银箔粉既不是食品生产原 料,也不是食品添加剂,不能用于 食品生产经营。

近日,国家市场监督管理总局、国家卫生健康委、海关总署 联合印发《关于依法查处生 产经营含金银箔粉食品违法行

为的通知》,也明确要求食品生 产者不得采购使用金银箔粉生 产加工食品,食品销售者不得 采购销售含金银箔粉食品,餐 饮服务提供者不得制作售卖含 金银箔粉餐食。作为消费者, 应科学理性消费,坚决遏制“食 金之风”。

食品中添加金箔的行为是 不合法的,那么为何还流行“食 金之风”?“除了噱头,用于宣扬 奢靡享乐助长拜金主义之外, 还要从以讹传讹的‘保健功能’ 说起。”福建省市场监管局表 示,实际上,食金有益健康是误 区,从营养学角度看,金银并非 人体必要元素,没有任何营养 价值,起不到保健或治疗作 用。如果摄入过多含金银箔粉 的食品,有可能导致金、银中 毒,表现为恶心、呕吐、腹痛、 皮肤瘙痒,更严重者将导致呼吸 困难、脏器损伤等。若出现上 述情况应及时就医,否则将危 及生命。

■本报记者 林露