

@焦点网谈

“天价”月饼网上换“马甲”
高性价比更畅销市民在
电商平台浏
览月饼礼盒电商:
499元礼盒多了起来

记者在电商平台搜索发现,消费者选择礼盒价格区间大多在88元到293元之间。与以往不同的是,平台上标价为499元的月饼多了起来,以淘宝平台为例,499元到499.99元的商品就有2704个。

不过,部分商品增加了备注,要求消费者在购买月饼礼盒时另补差价,而部分商品链接则要求买家拍下商品前联系卖家,或者支付190元到999元不等的高额运费。今年,国家发展改革委、工业和信息化部、商务部、市场监管总局联合发布《关于遏制“天价”月饼、促进行业健康发展的公告》,明确鼓励经营者生产、销售物美价廉的盒装月饼,提出对单价超过500元的盒装月饼实行重点监管。

“今年有监管要求,所以价格控制在500元以内,但这些年礼盒价不止499元,设置运费的目的就是为了让买家联系自己,有什么需求都可以定制。”某品牌商家坦言,高档月饼礼盒更多是客户直接联系定制的,价格没有上限。

今年,按照新国标,月饼的包装层数最多不超过3层,不应与其他产品混装,且包装材料不得使用贵金属和红木材料,不少高价月饼礼盒的“搭售风”有所遏制。然而,记者在部分电

消费者:
线上选购更看重月饼本身品质

近年来,通过电商平台等线上渠道销售月饼的数量逐年增加,但线上销售形式花样多,部分企业在盒装月饼中搭售或者混合销售高价商品,其价值远远高于月饼,却仍以“月饼”之名销售,成为“天价”月饼的主要来源,各大电商平台也成为出现“天价”月饼的领域之一。

这一现象不仅背离了传统文化本源,也对社会风气造成负面影响。有数据显示,由于馅料、包装材料等不同,盒装月饼生产成本虽存在一定差异,但总体上不会很高,单块月饼的成本上限通常不会超过11元,平均生产成本在70元/盒左右,若是常见馅料,单块月饼成本下限则在3.5元。日前,淘宝天猫等多家电商平台响应国家号召,对平台上的月饼产品定价进行了规范。

监管部门频频对“天价”月饼出手,让整个消费市场更加理性、健康、有序。那么,对于消费者来说,购买月饼礼盒更关注什么呢?

“送礼当然首选知名品牌,品质比较稳定,比如美心、稻香村。”市民周雅告诉记者,她正在网上挑选今年的月饼礼盒,包装简单就行,无需太过花哨,重要的是月饼本身。“如果是自己吃,就买一些散装的月饼,或者是闽南地区的团圆大饼,料足、味正,好吃不贵。”

观点:
月饼最终会回归其本身的意义

月饼是久负盛名的中国传统糕点之一,象征着团圆和睦,寄托和传承了数千年来中华民族的文化底蕴以及重视家庭、团圆的精神内核,而“天价”月饼却让月饼成了“买的人不吃,吃的人不买”的面子商品。

8月15日起生效的《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》明确了月饼的包装细则和售价规定:近日,市场监管总局发起专项整治……一系列举措只为提倡节俭、反对浪费,推动月饼回归“商家用心做、家人一起吃”的原始意义。

目前,各大生产企业纷纷响应,月饼“瘦身”成效显著。然而,部分“天价”月饼却改头换面,卷土重来。业内人士指出,月饼包装“瘦身”,禁止月饼搭售其他商品,会让消费者觉得更纯粹、更亲近、更承受得起。未来,消费者会更加关注月饼的文化内涵、艺术审美享受和口味上的享受,月饼最终会回归月饼本身的意义与价值。“499元礼盒”的“醉翁之意”并不在月饼本身,注定不能长久,商家更应将心思放在提高月饼质量和口味上、研发出更适合当下消费的月饼上。

◎本报记者 王心如 文/图

小众打卡地
如何走向诗和远方?

打卡地越小众越易博眼球

记者发现,这些打卡点往往标记不收门票费,其周边可搜索到的、可供消费的门店稀少。“越是小众的、未被开发的地方,越容易受到关注。”网友林先生说道。

水质清澈、空气清新、人烟稀少……不少未开发的野生景区日渐火爆起来,网友可以在社交平台上“种草”各种滤镜修饰过的美景,却忽略了当地“严禁靠近”的警示牌,导致安全事故也常见诸报端。

近郊、户外绿地、野生景区也成为露营地的不二选择,新兴的短途露营在安全性上存在缺乏安全保障的弊端。不少慕名而来的游客并不具备露营防护的技能与知识,也没有携带紧急救护的装备,那些未达开发条件的景区也存在着不少安全隐患。

市民舒允是户外运动爱好者,经常参加户外运动团组织的露营活动。他发现,如今越来越多户外运动团队另辟蹊径,选择未开发的地方作为露营地。

回忆起曾经参加过的一次露营,市民南希仍心有余悸。去年,她在网上看到不少网友到近郊一处山林中露营打卡,就和三五好友相约前往“网红露营打卡地”体验。“平时鲜少运动,要进行高强度的户外露营,身体根本扛不住。”南希说,从事户外运动不在于装备多精良、技术多高超,更在于对自己的体能清醒的认识。

由于之前对该处地形和天气没有深入研究和准备,南希发现他们所谓的“网红”露营地并不是一片平地,而是一片斜坡。“我们的帐篷固定在离山崖只有几十米距离的山坡上,大风随时有可能把我们的帐篷吹下山。”南希坦言,不具备露营防护的技能与知识,也没有携带紧急救护的装备,未达到开发条件的景区确实存在着不少安全隐患。

呼吁监管互联网发布的信息

户外运动团队资深领队大象说,如今,一些人跟随

社交平台上,各种小众景点推荐成为引人关注和吸引流量的标签。精心修饰的图片下,有许多网友跟帖询问地址在哪。更是不少人在经验和装备不足的情况下,仓促开启“说走就走”的探险。但令人担忧的是,爱好者的足迹越来越广,安全之弦却没有越绷越紧。一些所谓的网红打卡地存在危险因素并不适宜游玩,加上缺乏安全意识,一些户外安全事故常常见诸报端。

事故频发,为何还挡不住“种草”和“打卡”?如何给户外爱好者系好运动“安全绳”?日益成为关注话题。

网红打卡地到小众地段打卡,但去之前,对于该地的具体地理环境缺少系统的认识,没有安全常识,也没有专业领队带领,极易诱发安全事故。大象建议,到地点不明的地方打卡,一定要避开自然风险,包括落石、雷电、泥石流等。远离大型水域、制高点、大型金属塔。在峡谷地区需要格外注意洪水的危险,与河流保持一定的距离。他也建议相关部门,对用户发布的信息要审核与监管,对于存在安全风险的内容要采取提示、屏蔽等措施。

漳州市徒步运动协会秘书长杨奇表示,参加户外运动最好选择有专业资质的机构或俱乐部带领。“专业领队十分重要,领队要具有安全意识,掌握安全保障技能,制定良好应急预案,对可能出现的危险事先有精准的预判,危险发生时能做出正确的应对,这样才能保障户外运动团队人员的安全。”杨奇说道。

◎本报记者 陈慧慧 文/图



「驴友」徒步到网红打卡地露营

@一周
辟谣核酸抗原检测做多,
咽喉癌和鼻咽癌风险会增加?

谣言:近日,社交媒体上流传核酸抗原检测做多,人体受到刺激会导致患咽喉癌和鼻咽癌风险增加。

真相:对此,上海市第十人民医院五官科主任医师张家雄回应:目前没有证据支持这一观点,采样拭子对鼻咽部的刺激非常轻微。

(来源:上海网络辟谣公众号)

谣言:近日,网传“2022年将实施红绿灯新国标”,引发群众关注。

真相:据公安部交通管理科研所微发布:公安部交通管理科学研究所孙正良同志未认证开设新媒体账号,未进行直播。网上有人以“新国标红绿灯设计者孙正良”的名义进行直播,系他人冒用孙正良名义并盗用个人照片。

(来源:公安部交通管理科研所微发布、中国互联网联合辟谣平台)

红绿灯新国标?
二〇二二年将实施

探店视频的出现也为外地人提供了不少便利。“漳州美食这么多,数都数不来,有些位置还偏僻,定位也不一定准确。”张琪是一名在漳州工作的福州人,她也是探店视频的忠实粉丝,“这些探店视频能让我准确找到店面。”

值得一提的是,有些博主热衷于探访虽用料考究,手工工序繁杂,但利润低的地方传统美食,博主探店能增加老店的曝光度,帮助延续传统技艺。

部分商家苦于“被探店”久矣

对于很多餐饮商家来说,通过探店博主向消费者“种草”自家餐厅,已成为当下增加客流的途径之一。

我市也有不少博主通过探店积攒了大批粉丝。“姐妹聚会好去处”“周末去哪儿”“不舍得分享的小众餐厅”等推荐语,配上精致的图片和视频,便能打造出一家“网红店”。“有些店家会在新店开业和重要宣传节点时期找博主探店,随后在社交平台投放探店内容,以达到引流效果。不过有一些博主是免费的,店家会用持续性的合作来做置换。”位于新华西的一家网餐厅的老板告诉记者。

不过,如今许多探店营销的引流效果大不如前。虚假宣传、吃霸王餐、视频同质化等乱象让消费者频频踩雷,餐厅老板对探店营销也越来越谨慎,甚至部分商家苦于“被探店”久矣。

探店行为的本质是信息化时代中短视频风口下涌现出的新型媒介服务,更应该注重信息真实,在各方的共同努力下,餐饮行业环境方能风清气正。近日,江苏省消费者权益保护委员会喊话探店主播,希望他们能够进行真实性的用户体验分享,以真实换信任。而商家在利用探店推介视频进行“软推广”的同时,也要提高自身经营能力,以高质量、好价格赢得好口碑。对于消费者而言,通过网红探店虽然可以了解更多消费趋向,但真正埋单时还需要遵从自己内心的需求,切勿盲从,遇到虚假推荐要及时向平台举报。平台更要肩负起责任,对某些含有违规的探店视频或笔记的账号进行限流、屏蔽乃至封号处理。

◎本报记者 王心如