

新企业不断跨界入局,老字号努力创新破圈,周边产业意外走俏

中秋将至,3.0时代的月饼新意十足

民生经济看点

本报记者 曹珏

中秋节临近,月饼成为许多人购物车里的主角。受疫情影响,今年月饼市场呈现出主销售期启动晚、销售期短等特点,但人们对于月饼的喜爱并未降低。截止到9月15日,京东平台整体月饼销量同比上涨超过125%。同时,今年的“饼圈”迎来了众多跨界“新人”,不少传统厂商也加大了创新的力度,各种新品、新创意层出不穷。“五仁月饼”“高校月饼”“什么都敢往月饼里塞”等有关月饼的新老话题频频登上热搜,网友惊呼:今年“月饼节”新意十足。

新品层出,传统口味地位依旧

往年,对于五仁月饼的讨论是每年中秋节月饼圈里最热闹的“保留节目”。而今年,“螺蛳粉月饼”的热度超过了五仁月饼,成为中秋热搜第一。这款月饼里面含有螺蛳、酸笋、米粉、豆角等材料,香甜的饼皮与酸辣的螺蛳粉碰撞,使其收获了诸多关注。

除了螺蛳粉月饼外,西安科技大学高新学院推出油泼辣子、腊汁牛肉、葫芦鸡和冰峰等口味的月饼也成为一时热点,这些月饼融合了陕西“八大怪”等传统元素,极具地方特色。

虽然新口味层出不穷,但中国焙烤食品糖制品工业协会发布的《2020年中国月饼行业发展趋势》显示,在品类方面,传统产品、传统口味仍是主流,莲蓉、五仁、豆沙、枣泥、百果等仍在市场上占据主角地位。

从市场销售情况来看,今年的月饼仍以广式、苏式、京式等为主。其中,依托于电商

阅读提示

中秋节临近,月饼热度飙升。跨界入局的新企业与老字号不断带来新品新创意,赢得市场热烈回应。业内人士认为,月饼消费内涵的进一步丰富,将促使企业加大对市场的挖掘开发力度。

和物流,广式月饼南风北渐,成为许多消费者的新宠。《苏宁易购2020年中秋国庆节前消费大数据》显示,节前两周月饼销量同比增长215%,蛋黄莲蓉、奶黄流心和玫瑰细沙等广式口味最受欢迎。

值得注意的是,除了口味以外,“健康”成为今年“月饼节”的一个重要关键词。有报告指出,今年月饼消费迎来了3.0时代,即健康营养成为新风尚,健康、绿色、低糖月饼销售火热。记者在超市看到,迷你、独立包装的小月饼受到许多顾客的喜爱,低糖、杂粮月饼摆放位置也很显眼。

消费者张女士告诉记者,往年月饼太大,吃了半块便觉得腻了,现在超市里的小月饼和散装月饼越来越多,“小小地吃上一口,解了馋,过了节,还不腻。”

跨界融合,老国货变身新国潮

近10年来,我国月饼相关企业注册增速始终稳定在10%左右。在日益激烈的“月饼大战”中,越来越多与月饼不搭边的企业跨界入局,许多传统老字号也加大了创新力度,尝试破圈。

今年,火锅品牌海底捞推出了一款可以蘸料吃的月饼,搭配麻辣味、香辣味和原味火锅底料,将经典锅底、小料台上的人气货品融入月饼中,受到市场热捧。冰激凌品牌哈根达斯则推出多种冰激凌月饼,让中西甜点口味在月饼中实现融合。9月19日,记者在哈根达斯月饼提货处看到,提货区站满了排队等

待的人,销售十分紧俏。

“吃口味也要吃文化”,今年月饼市场上的软实力较量异常激烈。咖啡奶茶企业奈雪的茶联合零食品牌朕的心意打造中国风月饼,肯德基联手故宫、必胜客与敦煌博物馆带来联名产品……不少网友感叹,今年的月饼文化味儿十足。

与此同时,传统品牌也不甘落后,许多老字号通过与电商、头部主播合作,打出线上线下销售组合拳,力求将老国货打造成新国潮。

节前,百年义利与盒马鲜生联合推出了二锅头、巧克力、榛子馅等八味京式月饼礼盒,并加大推介营销。“百年义利有传承也需要创新。”北京一轻食品集团有限公司营销部门负责人许鹏婕表示,过去企业上新速度慢、对年轻客群敏锐度不高,现在与互联网企业联姻帮助百年义利找到了一条创新突破的快车道。

今年的月饼市场上,老字号创新求变的决心“肉眼可见”。稻香村今年选择与王者荣耀、剑网3、康师傅、皇冠曲奇等品牌合作,将月饼与网游、茶饮和各类生活场景相融合,主动贴近年轻消费者。沈大成等老字号则借助电商与物流售卖鲜肉月饼生坯,消费者买回家后,依据食用方法解冻后烘烤食用,千里之外也能享受到新鲜出炉的江浙月饼。

搭载文创,月饼“周边”销售火热

中秋佳节临近,月饼市场热度飙升,也带

火了周边产业。今年,不少创意十足的月饼盒成为新的文创产品,受到消费者追捧。

今年,国家博物馆推出的“月光礼盒”,以炫彩镭射光封套映衬出国馆藏“天文图”碑拓片。故宫也推出了一款首飾盒月饼,吃完月饼后,经过简单改造,月饼盒即可作为首飾盒长期使用。小米公司推出的一款音乐礼盒月饼,可以通过敲击月饼盒演奏音乐……极具创意的设计,让不少消费者在网上发出求购信息,有网友直言“只要礼盒,不要月饼”。

自7月份以来,“月饼的做法”“月饼馅料制作”等网络搜索量就呈现加速攀升态势。一位卖家表示,今年月饼市场最大的变化便是月饼自制工具的意外火爆。

记者看到,在各大电商平台上,从面粉到模具,各类月饼制作原材料销售火热,为方便消费者一站式采购,一些商家还推出了自制月饼套装。在各类美食APP上,有关月饼制作的课程销量也快速上涨,冰皮月饼、蛋黄酥等制作关键词成为热门内容。

近日,家住北京的孟女士在网上购买了月饼模具、月饼糖浆、蛋黄、月饼包装等各种月饼制作材料。根据网上的教程,她几经尝试,终于做出了专属的“私房”流心月饼。“居家办公期间厨艺有所渐长,所以中秋节之前便动了自己做月饼的心思。实体店里的流心月饼比较贵,自己做不仅省钱,还可以作为伴手礼送给朋友,体现心意。”

有业内人士向记者表示,跟随消费升级的大趋势,近年来的中秋月饼市场新口味、新包装以及各类创意营销层出不穷,月饼这一传统美食的消费内涵也进一步丰富。消费者选择多了,要求也更高了,这有利于推动月饼市场积极发展,将促使企业加大对市场的挖掘开发力度。



顺应治理体系和治理能力现代化要求

“智慧监管”破解市场监管人少事多任务重难题

本报讯 (记者蒋嵩)近年来,随着商事制度改革深入推进和创业创新效应的进一步显现,全国市场主体数量出现井喷式增长。然而,传统的市场监督管理人少事多任务重,如何按照治理体系和治理能力现代化的要求,建立一套更为完善高效的新型监管机制已成当务之急。

9月26日在南京召开的“2020中国市场监管论坛”上,中国市场监督管理学会发布的

“智慧监管”典型创新举措为各地市场监管部门提供了参考和借鉴。

在北京,北京市市场监管局建设了市场监管风险洞察平台,由企业全景、行业群体监测、重点行为监测等模块组成,通过采集、整合互联网、地理信息等数据和企业经营活动轨迹数据,对企业“是谁、在哪、在干什么”进行实时监测。同时解决了在海量数据中“先监管谁、重点监管谁”的问题,构建了能够提

前感知潜在风险并有效引导监管方向的指标体系,为实施精准化、差异化监管提供了有力支撑。

江苏昆山市市场监管局则选择与税务等部门共建大数据协同监管平台,运用区块链技术,集成、存储平台上所有企业信息及交易信息同步共享给税务、人社、公安等部门,形成了多部门协同监管的局面,实现了对虚开发票等各种风险的有效管控。

加强“两节”食品安全监管

9月29日,廊坊市安次区市场监督管理局工作人员在一家超市检查水果溯源情况。

中秋节、国庆节将至,河北省廊坊市安次区市场监督管理局组织工作人员针对月饼、水果、蔬菜等商品开展专项检查,保障节日食品消费安全。

新华社记者 王晓摄

第四届寻找最美快递员活动揭晓

本报北京9月29日电 (记者甘哲)今日,第四届“中国梦·邮政情 寻找最美快递员”活动揭晓发布会在京举行,徐龙、汪勇、李成等14名“最美快递员”和中国邮航团队等5个“最美快递员”团队受到表彰。

新冠肺炎疫情发生后,邮政快递业400多万快递小哥勇敢逆行,在保障防疫物资运输寄递、促进生产流通和居民消费等方面发挥了重要作用,也涌现出一大批先进典型。为了表彰先进,学习先进,本届活动组委会特别调整了获奖名单,提高抗疫快递员代表比例。

中建二局一公司举办质量技术大比武

本报讯 近日,中建二局一公司第七届“卓越杯”质量知识竞赛暨“工匠杯”质量技术大比武在上海分公司玉环万达广场项目举行。公司6家单位参赛队伍和工友代表共120余人参加活动。

各参赛队伍以技术大比武为契机,将技术比武作为巩固和强化质量安全生产的重要手段,并做了充分准备。在质量知识竞赛中,参赛选手们认真答题、沉着应战。技术比武中,6个参赛队伍进行了钢筋翻样和钢筋绑扎技术等较量,选手们绑扎安装手法熟练,动作一气呵成,纷纷展现出各自最佳水平。

(赵明)

申请上市前后连续财务造假、大建“老鼠仓”等典型案例发布

最高法对证券期货犯罪“零容忍”

本报讯 (记者卢越)上市公司在申请上市前后连续财务造假,证券公司从业人员大建“老鼠仓”成交金额超6亿元……近日,最高人民法院发布了7件2017年以来人民法院审结的证券、期货犯罪典型案例,从多个角度表明了对证券、期货犯罪“零容忍”的态度和立场。

近年来,随着我国证券、期货市场的快速发展,欺诈发行、财务造假、操纵市场、内幕交易、利用未公开信息交易等证券、期货犯罪不断发生,严重损害广大投资者合法权益,严重破坏证券、期货市场管理秩序,危害国家金融安全和资本市场健康稳定。

典型案例显示,2011年3月30日,丹东欣

泰电气股份有限公司提出在创业板上市的申请因持续盈利能力不符合条件被证监会驳回。2011年至2013年6月,该公司董事长温德乙、财务总监刘明胜采取虚减应收账款、少计提坏账准备等手段,虚构有关财务数据,并在向证监会报送的申请文件中,《首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》中,向公众披露的年度报告中,载入重大虚假信息。

2017年7月,深圳证券交易所决定欣泰电气公司退市、摘牌,主承销商兴业证券股份有限公司先行赔付1万余名投资人的损失共计2.36亿元。丹东中院依法以欺诈发行股票罪判处被告人温德乙、刘明胜分别判处有期徒刑五年、并处罚金10万元和8万元。

近年来,某些金融机构从业人员利用职务便利获取金融机构股票投资等未公开信息,以自己名义或假借他人名义,或者告知其亲属、朋友、关系户,先于、同期于或者稍晚于公司账户交易,用客户资金拉升到高位后自己率先卖出获得巨额非法利益。齐雷、乔卫平利用未公开信息交易案就是其中一例。

被告人齐雷原系东方证券股份有限公司首席投资官兼证券投资业务总部总经理,其丈夫乔卫平原系申万宏源证券股份有限公司上海翟溪路证券营业部督导。2009年2月至2015年4月,齐雷利用其负责东方证券自营的

11001和11002资金账户管理和股票投资决策的职务便利,掌握了上述账户股票投资决策、股票名称、交易时点、交易价格、交易数量等未公开信息,伙同乔卫平利用控制的证券账户,先于、同期于或稍晚于齐雷管理的东方证券上述自营资金账户买卖“永新股份”“三爱富”“金地集团”等相同股票197只,成交金额累计达6.35亿余元,非法获利累计1657万余元。

该案经上海市第二中级人民法院审理,法院依法以利用未公开信息罪判处被告人齐雷有期徒刑5年,并处罚金1160万余元;判处被告人乔卫平有期徒刑3年,缓刑4年,并处罚金497万余元。



我国网民规模达9.4亿

网民使用手机上网比例达99.2%

本报北京9月29日电 (记者杨召奎)今天,中国互联网络信息中心(CNNIC)在京发布第46次《中国互联网络发展状况统计报告》(以下简称《报告》)。《报告》显示,截至今年6月,我国网民规模达9.4亿,较2020年3月增长3625万,互联网普及率达67%,较今年3月提升2.5个百分点;手机网民规模达9.32亿,较2020年3月增长3546万,网民使用手机上网的比例达99.2%,与2020年3月基本持平。

CNNIC副主任张晓对《报告》进行解读时表示,我国的互联网基础设施建设、互联网应用和互联网政务发展等均取得了历史性成就,为我国精准有效应对新冠肺炎疫情、保障民生生产生活起到了关键作用。

此外,《报告》显示,我国在网络扶贫方面也取得了显著成效。一是农村实现网络覆盖,城乡差异显著缩小。上半年农村地区互联网普及率为52.3%,较2020年3月提升6.1个百分点;城乡地区互联网普及率差异缩小6.3个百分点。二是农村和城市“同网同速”的时代正在到来。全国贫困村通光纤比例从2017年的不足70%提升至98%,深度贫困地区贫困村通宽带比例从25%提升至98%。三是网络扶贫成效得到广大网民认可。截至2020年6月,认可互联网在“为贫困群众提供帮助”“通过电商助力农产品销售”“为贫困群众提供更多工作和医疗教育机会”的网民比例较2020年3月均有所提升。

前8月新增减税降费超1.8万亿元

本报北京9月29日电 (记者周峰)记者今天从国家税务总局举行的新闻发布会上获悉,1~8月,全国新增减税降费累计达18773亿元。其中,今年出台的支持疫情防控和经济社会发展税费优惠政策新增减税降费11711亿元,去年年中出台政策在今年翘尾新增减税降费7062亿元。

税务总局收入规划核算司司长蔡自力表示,一系列减税降费政策措施直达市场主体,实实在在减轻了企业负担,增强了市场活力,取得了良好效果,主要体现为“一下降,四增强”。

一是税费负担持续下降。前8个月全国5000多万户小规模纳税人,享受月销售额10万元以下免征增值税的约占92%,余下8%左右纳税人增值税征收率从3%降为1%(其中湖北省免征),降幅达67%。

二是市场主体信心增强。从市场主体数量看,到税务部门办理涉税事项的新增市场主体,在二季度同比增长7.1%的基础上,7月、8月份继续增加,分别同比增长15.9%和21.2%。

三是吸纳就业能力增强。阶段性减免社保费以及继续实施的降低社保费率等政策,叠加去年个人所得税减税政策,降低了企业用工成本,有力支持了就业稳定。

四是企业发展后劲增强。各项支持创新政策措施的继续实施,使企业有更多资金投入研发和技术改进。

五是企业发展信心增强。税务总局监测的10万户重点税源企业景气调查问卷显示,89.4%的重点税源企业预计四季度生产经营形势为“平稳”或“好转”,较三季度预测提高4.7个百分点。

去年收费公路减免通行费超千亿元

本报讯 (记者杜鑫)2019年度,全国收费公路共减免车辆通行费1009.7亿元,占2019年度应收通行费总额的14.5%,比上年增加91.9亿元,增长10%。这是交通运输部近日发布的《2019年全国收费公路统计公报》(以下简称《公报》)提到的。

具体来看,鲜活农产品运输“绿色通道”减免350.8亿元,占全年通行费减免总金额的34.7%,比上年增加5.8亿元,增长1.7%;重大节假日小型客车通行费343.7亿元,占全年通行费减免总金额的34.0%,比上年增加35.7亿元,增长11.6%;高速公路差异化收费、ETC通行费优惠、抢险救灾车辆免费等其他政策性减免315.3亿元,占全年通行费减免总金额的比例为31.2%,比上年增加50.4亿元,增长19%。

《公报》还显示,2019年度全国收费公路通行费收支缺口比上年增加780.4亿元,增长19.2%。交通运输部公路局解读称,主要原因是2019年度通行费支出总额较上年增加。一是2019年度部分收费公路债务到期,偿还债务本金支出较上年净增525.9亿元;二是随着债务规模的扩大,偿还利息支出净增169.0亿元;三是新建ETC门架系统、改造ETC车道、安装入口不停车称重检测系统、省界收费站设施改造工程等支出。

