

部分数字标签试点产品已进入市场——

“扫一扫”让你吃得明明白白

本报记者 吴佳佳

数字标签不受标签面积的限制,消费者可以通过页面放大、语音识读、视频讲解等多种形式便捷地获取食品信息。

为企业生产提供便利

对于食品企业来说,数字标签也为其生产经营和管理提供了便利。此次入选数字标签试点的洽洽食品相关负责人姚亚兰告诉记者,此前,对于标签信息较多的食品,企业在标签设计时也有不便。数字标签增加了预包装食品标识的灵活性,使企业食品标签管理工作的效率和准确率更高。此外,使用数字标签还可以节约食品企业包装成本,减少油墨使用量,对环境更加友好。

“当前国际物品编码组织也在全球推动物品编码载体从一维码向二维码的迁移,二维码应用能通过自动识别传输和交换信息,支持结算物流,实现监管方面的多项业务功能。”中国物品编码中心总工程师李建辉表示,我国开展的数字标签试点工作符合国际发展趋势。事实上,目前已经有美国、日本等不少国家和地区在推广使用数字标签,标签数字化在全球范围内将成为一种趋势。

那么,数字标签未来是否会逐步取代传统食品标签?国家食品安全风险评估中心副主任樊永祥认为,数字化应用已经深入生活工作的方方面面,也成为各国食品标签管理的趋势,无论从风险管理的角度看,还是从可持续发展的角度看,数字标签取代现有食品标签的一些功能应是趋势。

不过,数字标签完全替代实体标签还需要一个比较长的周期,同时也要满足几个条件。樊永祥介绍,一是需要提升消费者对数字标签的认可度;二是需要食品企业将数字标签作为常态化的标签载体,在食品生产中按照标准要求规范使用,逐步推开,全面应用;三是数字标签要满足市场监管部门对于食品标签的监管需求,通过数字标签的应用提升监管效率。

总体来看,数字标签相比传统食品标签,无论在消费者获取信息、食品生产企业经营方面,还是在市场监管工作中,都可以发挥更大的作用,有着十分广阔的应用前景,但要达到这一目标还需要各方共同努力。田建新认为,数字标签的推广应在满足公众日益增长的安全和营养健康需求的同时,兼顾产业生产经营和食品安全监管需要,实现食品标签管理上的“共赢”。

进一步规范产品标示

记者走访北京各大超市了解到,目前上市食品的数字标签呈现出的信息丰富程度和有效性参差不齐。比如,一款食用油的数字标签详细列出了配料、营养成分表、产地等商品信息,而一款黄色的功能饮料的数字标签则用大幅篇幅进行公益推广。多位消费者在接受记者采访时表示,阅读数字标签主要是希望获得食品相关信息,应尽量减少对企业的干扰展示。

那么对于数字标签这一食品“电子身份证”该如何规范管理?樊

细心的消费者会发现,近期不少预制食品的外包装上多了一个拇指大小的二维码。用手机扫描这个二维码,可以看到该食品的配料表、生产日期等更全面的信息。这个二维码就是我国目前正在试点的数字标签。

食品数字标签试点工作由国家卫生健康委于今年委托国家食品安全风险评估中心等单位共同开展,目前部分试点产品已经进入市场,其他产品预计也将在年底前陆续进入市场。食品数字标签将为消费者带来哪些便利?又会对行业产生怎样的影响?记者进行了采访。

满足消费者多样化需求

随着人们对食品安全和营养健康需求的提升,近年来,消费者比以往更加注重阅读食品标签、合理选择食品。然而随着食品标签标示信息的增多,囿于商品包装上的空间限制,很多食品的标签信息印刷又小又密,在一定程度上给消费者尤其是老年消费者获取信息带来不便。为解决这一痛点,食品数字标签应运而生。

“数字标签通过二维码等形式来展示食品信息,消费者可以通过手机等移动设备扫描食品标签上的二维码获取更多食品信息。”国家食品安全风险评估中心主任李宁介绍,其中包括食品的配料表、生产日期、保质期、产品标准号、生产企业等详细信息。

相较于传统标签,数字标签不受标签面积的限制。李宁说:“消费者可以通过页面放大、语音识读、视频讲解等多种形式更便捷地获取食品信息。数字标签大幅提升了消费者的阅读体验与便利性,也为食品企业与消费者开展良性互动、丰富标签展示方式提供了空间。”

记者在北京盒马鲜生林奥店看到,达能、洽洽、星巴克等品牌的数字标签试点产品已经陈列在货架上出售。记者拿起标记者数字标签的某品牌方便面扫描,可以看到传统营养标签、生产日期、产地等信息,还可以点击观看冲泡视频。而扫描某品牌矿泉水的数字标签,可以看到其钙、镁、钠离子含量,以及水的软硬度等信息和相关科普知识。

国家卫健委食品司副司长田建新介绍,目前全国已有20余家企业超过40款产品加入了数字化标签的试点工作,覆盖乳制品、饮料、包装饮用水、方便食品、肉制品、植物油、糖果等主要食品类别,下一步试点范围还将进一步扩大,相信会有更多的食品生产企业采用数字标签的方式展示产品信息,方便消费者了解。

茫茫草原上,点点毡房里,大碗喝酒,大口吃肉;与尘世疏离,与牛羊相伴,与绿草相依;纵马驰骋,快意草原……这是不少人向往的世外桃源生活,也是多年来草原上牧民的真实生活写照。如今的牧民依然这般生活吗?

“虽然许多传统的牧民生产生活方式保留至今,但是与过去相比还是有很多不同,尤其是在消费方式、消费理念方面发生了很大变化,高品位消费需求比重在逐年加大,与城镇居民的生活消费水平差距明显缩小。”内蒙古呼伦贝尔市陈巴尔虎旗商务局局长乌力吉说。

今年53岁的陈巴尔虎旗东乌珠尔苏木查干诺尔嘎查牧民格根哈斯就是其中的典型代表。新潮的发型、时尚的着装以及精致的妆容,如果没有被提前告知,很难想象这位大姐是常年在草原上放牧的牧民。“我们家有1万多亩草场,牛羊也有1000多头(只),虽然每年放牧接羔挺忙的,但是生活质量不能降低。”格根哈斯告诉记者,自家在牧区里有砖房,在旗区的呼木吉勒小区也买了商品房。“不过商品房住得少,一年也就住两三个月。”

牧区里的新消费

本报记者 余健

格根哈斯家所在的牧区与旗区距离几十公里,开车不到1小时车程。平时,格根哈斯开着红色的皮卡车去旗区超市购物。“主要买些米面粮油和日常生活用品,还有水果蔬菜,这些在牧区里买不到。”虽然嘎查里物资较少,但是格根哈斯还是喜欢在牧区生活。“我们嘎查的房子里啥也不缺,冰箱、洗衣机、电视机等一应俱全。”

查干诺尔嘎查党支部书记嘎查达巴图雅尔告诉记者,嘎查里的牧民收入主要来源于养殖和售卖牧草,除了日常生活生产消费之外,大多用来买车买房买设备。“现在牧民的消费方式,消费理念跟城里的居民差别越来越小。在我们嘎查,年轻人经常在线上购物。”巴图雅尔说。

皮卡车是陈巴尔虎旗牧民很喜欢的交通工具,马力足、耐用,还能装东西。每当有皮卡车在超市门口停下,付密就知道又有牧民朋友过来购物了。付密是陈巴尔虎旗蜜蜂生鲜超市负责人,经营超市已经有5年多的时间了。“来购物的牧民比较多,占我们销售额的三分之一左右。”付密告诉记者,虽然现在交通方便,牧民还是习惯为家里多囤些物资。“他们大多会买一些保质期长、放得

住的食品。”付密发现,这两年牧民买酒的少了,买水果蔬菜的多了,“随着生活水平的提高、消费方式的多元化、市场供给的丰富,不少牧民也愿意主动尝鲜了。”

除了皮卡车,摩托车也是牧民生产生活中的“好朋友”。与摩托车打了30多年交道的陈巴尔虎旗晓三摩托家电商场负责人邵辉告诉记者,摩托车的主要消费群体就是牧民。“我们店在旗里算规模小的,每年也能卖出几十台摩托车,每台价格3000元到8000元不等。这两年我们也开始卖电动三轮车,跟摩托车一样方便,还能运牛粪、饲料,牧民也比较欢迎。”

开皮卡、骑摩托也是牧民来旗区参加亲朋好友聚会的主要方式。尤其是每年牛羊肥壮、水草丰美的时候,旗区里的金鼎酒店门口就经常停放着各种皮卡车、摩托车等。“我们酒店经营模式是自助餐小住宿,每年有两三百场宴席,其中90%左右是牧民的宴席,平均每场宴席消费在2万元左右。”陈巴尔虎旗金鼎商贸有限责任公司总经理李玉梅告诉记者,牧民家的宴席比较有点,民族味道浓,才艺表演多,热闹红火,宴席持续时间也长。“他们对羊羊肉等食材要求比较高,海鲜及酸

辣的菜品吃得少。我们专门设计了适合牧民口味的宴席套餐,目前有4种,每桌费用在600元到1500元之间。”

陈巴尔虎旗位于呼伦贝尔市西北部,是边境牧业旗,全旗总面积17458平方公里,全旗人口有5万多人,居住着汉族、蒙古族、鄂温克族等25个民族。近年来,陈巴尔虎旗始终坚持把恢复和扩大消费摆在优先位置,以政府引导、企业主导、市场运作的方式,组织开展一系列促消费活动,千方百计促进消费。2022年陈巴尔虎旗社会消费品零售额75644万元,同比增长2.2%。今年1月至9月,陈巴尔虎旗累计实现全社会消费品零售总额57524.8万元,同比增长5.9%。其中城镇零售额同比增长4.4%,乡村零售额同比增长14.8%。

“下一步,我们要借力牧区电商、直播带货等方式,打造以电子商务、现代物流为主要抓手的销售新渠道,切实解决出村‘最先一公里’与进村‘最后一公里’难题,让更多新鲜的农畜产品顺利上市,推动实现消费端与生产端互利共赢。同时,通过发放消费券、组织举办各类促销活动等举措,激发牧民的消费潜力。”乌力吉说。

数字标签试点产品



图为食品数字标签试点产品。

本报记者 吴佳佳

从重予以查处,对屡教不改的食品企业,取消食品产销的资质,责令永久退出食品市场,以此倒逼食品企业必须规范经营。

“我国开展数字标签试点,并将在食品安全国家标准中纳入对数字标签的要求,已经走在世界前列,体现出我国在食品安全标准领域逐步成为领跑者。”中国工程院院士、国家食品安全风险评估中心总顾问陈君石说,除了数字标签,正在修订的食品安全国家标准对于食品生产日期、保质期、营养声称、营养标签等要求都进行了相应完善,对于我国食品标签的科学化管理具有重要意义。



用手机扫描二维码,即可获取食品相关信息。 本报记者 吴佳佳

近日,二手消费电子产品交易平台万物新生集团(爱回收)对外公布其2023年第三季度财报:报告期内,爱回收实现营收32.6亿元,同比增长28.4%。

回顾这几年二手电商的发展,爱回收的表现并不出人意料。闲鱼宣布其用户数突破5亿,并收取软件服务费;红布林新增股东58同城,且加码直播交易……二手电商持续火热的背后是蓬勃发展的二手消费。

清华大学能源环境经济研究所等机构发布的《2021中国闲置二手交易碳减排报告》显示,中国二手闲置物品交易规模从2015年的约3000亿元提升至2020年的破万亿元市场规模,预计2025年将接近3万亿元。艾媒咨询数据显示,2021年我国网民中有43.7%的用户会经常使用二手电商平台,其中,“90后”“00后”成为闲置交易的主力军。

小到二手玩具、衣服,大到二手家电、家具……从昔日的“喜新厌旧”到如今的“喜新也买旧”,越来越多的人选择二手闲置交易,最直接的理由是经济实惠。原价1万多元的实木床,2000元即可搬走;一款九五成新的LV男士公文包,2999元就能拿下;某知名品牌四色眼影盘,全新未拆封价格299元……看到这些“诱人”的二手商品和价格,喜欢“买买买”的你会不会心动?正如一位消费者在接受媒体采访时表示,二手消费让她更理性消费的同时,也更敢于消费。确实,相比新品消费,二手商品在价格方面拥有巨大优势,而且很多商品虽是二手却保养良好,材质、品质、成色皆为上等。以平替的价格用上高配的商品,高性价比让越来越多的消费者选择了二手消费。

当然,低廉的价格并不是年轻人热衷二手消费的唯一原因。曾几何时,由于固有认知,不少人对二手物品充满了偏见。在有些人眼里,使用“二手”不仅有失身份,甚至有些不利。时代变迁,随着循环经济、绿色消费观念日益深入人心,“买二手、用二手”如今正被越来越多理性务实的消费者特别是年轻一代所接受,甚至发展成为一种更具个性和潮流的生活方式。比如,一些二手物品自带的“历史感”“故事感”“时代感”就让它区别于普通新品,从而受到新一代消费者的青睐。有关数据显示,26%的消费者购买中古奢侈品是因为专柜买不到,比起专柜新品,更能凸显个性特征的“孤品”吸引着消费者。再如,在家中摆上几件旧家具、老物件,也成为时下不少年轻人喜欢的“收藏”。

伴随着人们消费观念的转变、政策的利好,当前二手消费在国内迎来了前所未有的商机。但也应该看到,买卖双方的不信任、网络售假等问题依旧存在并制约着整个行业的可持续发展。我们期待随着二手商品市场的繁荣壮大和相关问题的解决,未来能有更多的消费者爱上旧物,爱上绿色消费。



图1 格根哈斯在旗区的超市里购买水果。

本报记者 余健

图2 牧民开着皮卡车光顾蜜蜂生鲜超市。

本报记者 余健