

# 消费日报

A

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

走向我们的小康生活

广西崇左龙州县弄岗村发展生态游

## 增收致富道路宽

“这是两万元，表哥你点点。”农海忠把手里的钱递出去，神情轻松，“大前年，家里改建民宿时向亲戚借了18万元，没想到3年就能全部还清。”

农海忠是广西崇左市龙州县逐卜乡弄岗村村民，家有5口人、6亩甘蔗地，2015年被确定为建档立卡贫困户，当年人均收入仅2400元。

弄岗村地处弄岗国家级自然保护区外围，生态环境好，鸟类品种多。2016年起，农海忠为来村里观赏、拍摄鸟类的研究团队和游客当向导，收入逐步增加。

2017年9月，他又在自家建起了民宿，5间房，仅此一项就多收入1万余元。当年底，农海忠一家顺利脱贫。“这几年收入年年上台阶。”对眼下的日子，农海忠感到满意。

走出自家开办的缘之园民宿，农海忠来到隔壁的印支绿客栈，那是弄岗村第一家民宿，主人农伟宏也是村里第一位观鸟向导。

在客栈后山，农伟宏正给一处鸟坑换水。“在鸟经常出现的地方架起有凹陷的石块，里面倒上清水，就会有鸟来洗澡，我们管这个叫鸟坑。客人可以看我们搭建的隐蔽观鸟点里观鸟。”

农伟宏爱鸟护鸟，缘于他的职业——弄岗自然保护区的护林员。从2000年到现在，他已在这个岗位上干了20年。

弄岗村全村人口近3000人，过去主要依靠种植甘蔗为生。农伟宏说，当护林员头10年，他做得最多的事情就是劝阻村民抓鸟、砍树。

2008年，鸟类学家在弄岗自然保护区内调查时新发现了弄岗穗鹛，引起外界关注。当时为鸟类学家当向导的正是农伟宏。此后几年，一些研究团队前来寻访弄岗穗鹛时，都会请他当向导。“收入多的时候，一天上百元。”农伟宏说，兼职观鸟向导，改变了他的生活。

弄岗村在观鸟圈和摄影圈渐渐有了名气，慕名前来的游客越来越多。

2014年，广西柳州市观鸟协会为方便组织开展观鸟活动，支持农伟宏10万元无息贷款，用于扩建民宿，改善接待条件。“二楼有4间房子接待客人，加上自己当向导，当年光这两项收入就有5万元。”农伟宏说。

“当观鸟向导拓宽增收门路，这给我们带来启发。”逐卜乡党委书记侯勇告诉记者，县、乡引导弄岗村发展以爱鸟护鸟、休闲度假为主要内容的生态观游，努力实现生态保护和经济发展双赢。

村里建起了生态观鸟科普基地，争取到县里财政支持，投入700多万元用于村级公路以及停车场、供水、供电、通信等基础设施建设；实施乡村风貌提升行动，整治垃圾杂物乱堆乱放、乱搭乱建千余处，村容村貌焕然一新。

观鸟先要护鸟。弄岗村制订了爱鸟护鸟村规民约，引导村民学习爱鸟护鸟知识；村民们自发建起了湿地保护小区、鸟类自然保护小区等。今年5月底，邻村逐卜村村民严克卿发现一窝褐冠鹃隼，引来众多观鸟爱好者。为了保护褐冠鹃隼，严克卿直接带上吊床，夜里都睡在林子里。

“我家后山的观鸟点有8个拍摄机位，每个机位租金50元。”农伟宏告诉记者，“现在的弄岗村，人人都是护鸟员、护林员。只有生态好了，才能观测到更多鸟类。”

“观鸟协会也一直在开展培训和教育，让村民知道如何爱鸟护鸟。”龙州县观鸟协会会长赵文庆说，为规范观鸟和拍摄活动，观鸟协会吸收观鸟向导为会员，并统一制定了服务标准。

侯勇告诉记者，2015年底弄岗村贫困发生率高达26%。这些年，县、乡因地制宜引导村民服务生态观游，鼓励改建民宿接待游客，弄岗人走上脱贫致富路。2019年，弄岗村贫困发生率降至0.4%。

如今，弄岗村开设了农家客栈15家，全村共有观鸟向导近30人。2019年，生态观鸟科普基地接待1.6万多人次；通过提供接送服务、餐饮住宿等，166户人家户均增收约1.5万元。

（人民日报）



搜狐新闻客户端



快来扫描我吧！

消费日报微信公众平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程：

步骤一：扫码下载搜狐新闻客户端    步骤三：选择“添加订阅”后搜索“消费日报”

步骤二：打开应用点击上方“订阅”    步骤四：点击右上角“+关注”即可

2020年8月25日  
星期二  
总第7790期  
第4849期  
今日12版

## 过去5年年均增长50%以上 自助售货行业前景可期

本报讯 日前，中国百货商业协会开展的自助售货行业调查结果显示，过去5年，我国自助售货行业快速发展，年均增速达到50%以上。2019年我国自助售货设备保有量达到65.5万台，比上年增长26.6%，行业企业数量持续增多，自助售货设备不断创新，生产规模、设备保有量持续增长；更多快速消费品企业积极布局自助售货渠道，行业优胜劣汰趋势明显，新经营模式、新应用场景不断拓展，新经营品类不断涌现，自助售货行业总体规模持续扩大。

2020中国月饼文化节开幕 中国焙烤食品糖制品工业协会预测

## 今年月饼价格与去年持平 创新不拘一格

□ 本报记者 史晓菲

“今年将会有更多创意十足的月饼产品投放市场，以满足消费需求；具有地域特色、中西结合的月饼品种也将大量面世，并成为消费的持续增长热点。”8月21日，2020（第二十六届）中国月饼文化节在北京开幕，文化节同时发布“2020年全国月饼行业市场发展趋势”，中国焙烤食品糖制品工业协会预测，今年月饼新品研发思路将更加开阔、不拘一格，价格与去年基本持平。

中等价位产品仍是主打

2020年，受国内外新冠肺炎疫情的影响，焙烤食品糖制品行业的生产经营受到了较大影响。一季度行业企业普遍遭受了较大的经济损失，除部分龙头企业影响较小外，多数企业第一季度销售额同比下降幅度较大。根据国家统计局对糕点/面包行业888家规模以上企业统计的数据及行业测算数据显示，2020年1—6月份国内糕点/面包行业实现主营业务收入451.16亿元，同比下降6.95%；利润总额达到34.01亿元，同比下降29.50%。虽然行业生产经营压力较大，但是，全行业认真落实党中央的总体要求和部署，积极应对疫情，有序复工复产、创新营销模式，顺应市场变化，目前，行业运行平稳有序。

在糕点/面包行业中，月饼产品始终扮演着重要的角色。中焙糖协预计，今年的中秋月饼市场将一如近年来市场表现，呈现出主销售期启动晚、销售期短、短期量大等特点。由于人工、原材料、物流等成本上升，预计售价将基本持平或小幅上升，但利润增长空间不大。特别是“后疫情时代”的到来，行业企业的生产经营成本也在持续上涨，企业为保证合理利润和销量，产品价格会适当上调，但幅度不会太大。主要产品价格区间基本不变，大部分月饼礼盒的

价格将集中在80—160元之间，橄榄型价格体系格局不变，中等价位的产品仍是市场的主打产品。

“四新”月饼销量将有所增加

在品种方面，传统产品、传统口味仍将是主流，如：传统的莲蓉、伍仁、豆沙、枣泥、百果等仍将占据主角地位，而近年出现的新品种，如，流心奶黄、法式乳酪、榴莲等口味搭配上个性鲜明的包装，还将继续受到消费者的青睐，另外，新品研发思路将更加开阔、不拘一格。以及地方特色老月饼、老味道产品的回归。另外，为满足消费者猎奇的心理，将会有更多创意十足的月饼产品投放市场，以满足消费需求；在帮式方面，仍会以广式、苏式、京式等帮式为主。出于差异化的需求，经过近些年的市场沉淀，其他帮式月饼将有所上升，具有地域特色、中西结合的月饼品种也将大量面世，并成为消费的持续增长热点。

健康时尚、美味营养、富有文化内涵、个性化定制等观念仍将是2020年新产品研发的方向，同时，年轻消费群体的消费观念仍不容忽视，时尚的新品种、新包装、新理念、新口味的“四新”月饼销量将有所增加。

冷冻半成品、现制现售的产品仍将是另一个销售热点，DIY月饼变化也将逐渐受到部分消费者的关注。

今年的月饼市场将以传统经典口味产品为主的同时，继续加大研发创新，主要分为产品创新及概念创新，产品创新主要采用新原料、新工艺、突出优势特点，如：瑶柱、花胶、松露、枸杞、藜麦月饼等；概念创新主要体现在产品创意、包装设计创意以及营销创意等，跨界融合，赋予产品新的属性，这类产品更适合年轻消费群体以及线上销售，如故宫月饼等。

另外，由于产业工业化程度和生产集中度越来越高，应运而生的冷冻半成品月饼，由工厂生产出未熟制的成型月



饼，进行冷藏、冷冻运输，配送到门店、网点，再进行现烤，这类“新鲜”的现制现售产品仍将继续扩大发展。

商超和专卖店仍是主要销售渠道

中焙糖协表示，总体看，2020年月饼行业将呈现以下以下一些特点，健康营养、美味时尚、品种多样、口味丰富将是今年月饼产品的共同特点，整体品质将有所提升。传统商超和专卖店仍是主要销售渠道，电子商务互联网销售呈快速增长，团购市场依然不会有太好的表现，品牌集中度进一步提高，礼盒产品比例有所上升，橄榄形销售价格体系保持不变。市场竞争将更加激烈，规范有序。整体销量可能基本持平或小幅下降，但品牌企业将保持稳定增长的态势。

同时，互联网销售模式经过这些年的发展，硬件、软件、物流配套基本成熟。今年新冠疫情的暴发和持续，使得互联网销售迎来了前所未有的发展机遇，消费者也“被迫”培养出了网购习惯。淘宝、京东等电商平台增长迅猛，

各骨干企业也纷纷建立和加强自己的互联网销售体系。在疫情防控常态化的形势下，网购将已成为重要的消费方式，加上网红、直播经济的兴起，今年互联网销售预计将在中秋市场中占据重要一席。但量大利微的结果及如何引流、维系忠实客户等，也是企业需要着重考虑的问题。

包装更注重简约环保

今年的月饼产品不论是内在质量，还是包装质量和形式都将有明显改善和提高，月饼产品的安全和质量有保障。

近年来，国家大力提倡环境保护，环保意识深入人心。预计今年月饼包装的风格将继续以弘扬传统中秋文化、简约环保为主。年轻消费群体的喜爱已逐渐成为企业着重考虑的因素，彰显个性、结合特色、形状各异的包装及产品，更易受到追捧。中秋月饼产品将更加丰富多彩，多种口味产品组合装的礼盒，仍将受到消费者的喜爱。

在包装形式上还是以盒装为主，简装、散装月饼产品将占比较小。

7月外贸进出口增长10.9%

## 防疫物资和“宅经济”商品成广东出口拉动力

记者日前从海关广东分署获悉：今年7月，广东外贸进出口出现“升温”，外贸进出口6737.4亿元，增长10.9%，增幅较6月扩大10.1个百分点。

据海关广东分署统计，广东7月外贸进出口出现较快增长，总额6737.4亿元，增长10.9%。其中，广东7月出口4418.2亿元，增长17%，而6月为下降1.8%；进口2319.2亿元，增长0.8%。

防疫物资和“宅经济”商品成为广东出口的重要拉动力量。7月，广东出口纺织制品（含口罩）、医药品和医疗器械等防疫物资分别增长2.4倍、53.9%和94.7%，合计拉动同期广东外贸出口增长5.3个百分点；出口“宅经济”商品如电脑、家电、音视频设备、手机、家具等均保持两位数增长，分别增长28.8%、37.5%、18%、19.3%和15.2%，合计拉动广东整体出口增长5.4个百分点。

此外，随着全球主要经济体重启经济，带动广东电子中间品出口快速增长。7月，广东出口电子元件391.6亿元，增长29.1%，电工器材251.9亿元，增长22.8%。

（李刚）

## 健身房“跑路” 市场监管总局：推动预付式消费立法

育、健身、保健等预付款消费领域，成为商家“卷款跑路”的重灾区。

业内人士建议，在实行预付款消费行业引入预付款的第三方管理，建立公正安全的消费环境，推动消费升级。希望有关部门能尽快出台相关法规，对市场进行规范，保护消费者权益。

国家市场监管总局表示，对消费者预付款实施第三方管理，需要进一步完善预付式消费的相关立法，完善预付式消费管理的顶层制度设计。

近年预付式消费被商家“卷款跑路”现象频繁发生。尤其是在少儿教

育、健身、保健等预付款消费领域，成为商家“卷款跑路”的重灾区。

业内人士建议，在实行预付款消费行业引入预付款的第三方管理，建立公正安全的消费环境，推动消费升级。希望有关部门能尽快出台相关法规，对市场进行规范，保护消费者权益。