

调酒壶、制冰机、泡酒瓶等周边产品热销

记者探访:年轻人也爱“泡酒”

□ 本报记者 贾淘文 文/摄

“百香果+雪碧+养乐多+伏特加”;“冰绿茶+桂花陈酒+薄荷叶”;“雪碧+柠檬+二锅头”;“鲜樱桃+老白干+冰糖”……近段时间,随着“宅经济”的火爆,不甘寂寞的年轻消费者,纷纷开启花式调酒模式。一时间,各大短视频平台的主播纷纷“种草”,美酒软饮开始热销,调酒工具成为标配。美酒加“一切”,万物皆可饮,成为酒饮新时尚。“宅经济”的酒杯在年轻一代消费者的创新思维中,焕发出个性与创意的光彩。

据中国低度酒行业分析研究显示,低度酒市场规模预计在2025年将达到742.6亿元,2021年至2025年复合增长率可达30%。中国食品产业分析师朱丹蓬在接受记者采访时表示:“新生代消费者对高酒精度饮品不太‘感冒’,未来低酒精度饮料会是一个风口。”

便利店成“快闪”酒吧

近年的零售业数据表明,低酒精饮料销量增速迅猛。在不少年轻消费者眼里,便利店货架上摆放的饮料和奶茶,早已成为打造微醺感受的“酒底子”,24小时不打烊的便利店俨然成为“快闪”酒吧。

北京丰台区西铁营万达某便利店店主喻先生在接受记者采访时介绍,“现在年轻消费者在调酒方式上主要分为两种,一种是在现制的奶茶、果汁中加酒,调制方式简便快捷,即调即饮;另一种调酒方式比较复杂,需要购买多种基酒和软饮自己进行调配,品尝鸡尾酒的同时,可以享受调酒的过程。”

喻先生向记者介绍,消费者在基酒的选择上,主要有黑方、百利甜、伏特加、杰克丹尼等洋酒,也有年轻消费者将江小白、真露、二锅头等白酒作为基酒进行调制;在调酒的软饮搭配上,水晶葡萄、蜜桃多、养乐多是首选。由于店面紧邻地铁出口,有些顾客下班后会直接进店,买一瓶小包装的酒,直接加入奶茶或者饮料中,来个“一口闷”,他们有时还会和店员分享自己的调酒“秘



方”。“我们在工作之余也会尝试一下,味道确实很不错。”

记者了解到,由于近期线上订单有所增加,很多购买酒饮产品的消费订单上,还会特别备注“带吸管”“需要一次杯子”“给我搅拌棒”等额外需求,方便在家调酒。

中式养生的“追求者”

如果说,年轻消费者在工作之余自调一杯鸡尾酒,享受到的是便捷即时的微醺感,那么以各类水果、干果浸泡的露酒,就让消费者充满了无尽的期待。记者了解到,自制露酒需要经过三个月以上的浸泡,酒中充满了花香、果香、药香,在时间的沉淀中,品味自己的劳动成果。

记者在短视频平台搜索关键词“泡酒”时发现,与之相关的视频非常丰富,泡制露酒所需要的水果种类也是五花八门。既有时令水果中的青梅、杨梅、樱桃,又有药食同源的人参、枸杞、桂圆、红枣,通过不同配伍,泡制出的露酒也呈现出与众不同的口味特色。

记者通过网络教程了解到,家庭泡制露酒需要干净的器皿、新鲜的水果或干果、冰糖、高度白酒,其中荔枝酒、青梅酒、杨梅酒最受网友青睐,位列自制露酒“前三甲”。

不过,也有健康专家提示,新鲜水果浸泡的露酒固然好喝,但一定要注意在浸泡操作时的卫生,水果、干果洗净后一定要风干透彻,以免在泡制中产生变质。泡好的露酒一定要放在冰箱内贮存,尽量缩短存放时间。此外,枸杞、黄芪、人参、雪莲等含有药理作用的泡酒材料,需要根据饮用者的个人体质进行辨识,如果消费者不知道自己的体质是否适合饮用自制露酒,可以去社区医院咨询相关的医师,避免盲目进补带来副作用。

周边产品渐升温

随着调酒与泡酒在年轻消费群体中流行,调酒壶、制冰机、泡酒瓶等周边产品也迎来热销。

记者在购物平台搜索“调酒”相关产品看到,各类专业调酒工具成为家庭

厨房的必备品。这类工具从简单的雪克杯到13件套的波士顿调酒套装,能够满足不同消费者的调酒需求,价格也十分“亲民”,从十几元到几十元不等。销售者向记者介绍,以往购买此类工具的都是与调酒相关的从业者,而现在大量的订单都是个人购买,这与调酒生活化密不可分。

此外,制冰机也成为品质调酒的必备品。购买过此类产品的消费者李飞对记者表示,相对于去便利店购买成袋的冰块,制冰机更能够满足日常冰饮的需求,而且水质可控,更加安全卫生。

业内人士指出,年轻一代消费者热衷于调酒,折射出的是这一代消费者的消费信心与文化自信。以往,提到鸡尾酒总让人想到是外国的,品尝鸡尾酒想到的是“正宗与不正宗”,而今在消费水平提升与年轻消费者自由奔放的性格共同促进下,“我的酒杯我做主”成为引领鸡尾酒时尚的新主张。此外,大量的中国白酒成为基酒新选择,也对于未来中国白酒走向世界,起到了推动和促进作用。

保供成为首要目标 动力电池企业纷纷与上游公司“结盟”

5月11日,中汽协发布的数据显示,4月新能源汽车市场表现总体好于大市,产销分别达31.2万辆和29.9万辆,同比增长43.9%和44.6%。4月我国动力电池装车量达13.3GWh,同比增长58.1%。

在此背景下,动力电池企业加速扩产。近期,天能股份、派能科技、杉杉股份、亿纬锂能纷纷在动力电池领域投下重资。

与此同时,在锂盐供不应求、价格快速上涨的背景下,保障上游供应链稳定成为动力电池企业的共同目标。今年以来,包括宁德时代在内的动力电池企业纷纷与锂矿企业“结盟”,而中创新航和天齐锂业的强强联手更是将这一趋势推向了高潮。对锂矿企业而言,绑定动力电池企业后,自身扩产将没后顾之忧。

5月11日,中汽协最新发布的数据显示,4月国内动力电池企业装车量前三位分别为宁德时代、比亚迪、中创新航。今年以来,三家企业都与上游锂矿企业“结盟”,以最大程度地保障锂盐供应。

5月9日,中创新航和天齐锂业签署《战略合作协议》,将在电芯及电池

(中证)

广东省药监局官方微信日前转发自佛山市市场监管局的文章《家长看过来!“可食用”儿童化妆品不可信!》,文章称:国家药监局发布的《儿童化妆品监督管理规定》(以下简称《规定》)中明确,今年5月起,申请注册或者进行备案的儿童化妆品,必须按照《规定》进行标签标识。该文章科普了儿童化妆品标签的相关规定,建议家长们在选购宝宝化妆品时切记以下提示,避免在

为吸引消费者,在化妆品包装外印有食品的图案,消费者为小孩购买化妆品时如果看到标注着“可食用”或者商家宣传“可食用”的请勿购买。

根据国家药监局发布的《化妆品分类规则和分类目录》中的使用人群分类目录,3—12岁儿童化妆品可以包含美

容修饰、卸妆等功效宣称,而婴幼儿(0—3周岁,含3周岁)功效宣称仅限于清洁、保湿、护发、防晒、舒缓、爽身;即3岁以下婴幼儿使用的化妆品,不包括“彩妆”这一功效。因此,化妆品不能标注宣称3岁以下婴幼儿可用。

(广州日报)

监管部门提醒:“可食用”儿童化妆品不可信

消费中踩坑。

据悉,儿童化妆品是指适用于12岁以下(含12岁)儿童,具有清洁、保湿、爽身、防晒等功效的化妆品。根据《规定》第十三条第二款:儿童化妆品标签不得标注“食品级”“可食用”等词语或者食品有关图案。化妆品不是食品,部分商家

为吸引消费者,在化妆品包装外印有食品的图案,消费者为小孩购买化妆品时如果看到标注着“可食用”或者商家宣传“可食用”的请勿购买。

根据国家药监局发布的《化妆品分类规则和分类目录》中的使用人群分类目录,3—12岁儿童化妆品可以包含美

一个化妆品空瓶卖500元?小心当了造假黑色产业“帮凶”

一个用完的化妆品空瓶,却有人以数十元甚至数百元的高价求回收?近期记者发现,二手平台收购空瓶的疑似“黄牛”众多,发布空瓶帖子几乎都会被秒拍下。

几百元回收一个空瓶

家住天津的温女士称,最近在社交平台上看到一位用户称自己的大牌化妆品包装受损,于是便留言提出,可以将自己家中用完的空瓶送给她急救,不料却引发了争议。

“有其他网友给我留言,说这种求空瓶的帖子是骗人的,目的是收购我手中的空瓶,并再度售卖来获取利益。还有人告诉我,用完的瓶子就算砸了也不要卖出去。”

与此类似,在化妆品造假的各环节中,由于仿制瓶子的成本相对更高昂,而消费者对于产品是否为正品也常以瓶子为鉴定对象,因此专门收售正品空瓶的中介成为犯罪链条上的重要角色。

记者以用户身份通过二手交易平台联系到多名收购化妆品空瓶的买家,可以看出,海蓝之谜、赫莲娜等售价较贵的国际大牌更加吃香,尤其是其热门旗舰产品,如精华液、面霜、乳液等。

无一例外的是,这些买家均对产品的批次较为在意,而批次的新旧也决定了空瓶的收购价格。以赫莲娜的一款知名霜产品为例,其线上旗舰店售价为3580元/50毫升,而空瓶的价格则可卖到200—500元左右。决定价格的因素有瓶身包装的新旧版本、批次、是否过期、配件是否齐全等。许多经验丰富的买家会在商品发布第一时间付款拍下,以防“生意”溜走,并通过观察瓶身及瓶底的照片,迅速评估

出空瓶的“价值”。

值得注意的是,多位卖家均表示自己长期收购化妆品空瓶,然而在被问及收购用途时,他们却开始言辞闪烁。有人称“分装用”,也有人表示“反正有用途”,或者干脆避而不答。

空瓶牵连出千万黑色产业生意

被高价收购的空瓶都去哪儿了?这不禁使人想起此前有关部门屡次打击的高端白酒造假,不法分子从市场回收原装酒瓶,用十几元一瓶的劣质酒勾兑灌装后,就能将其变身为茅台、五粮液等假冒名酒。

与此类似,在化妆品造假的各环节中,由于仿制瓶子的成本相对更高昂,而消费者对于产品是否为正品也常以瓶子为鉴定对象,因此专门收售正品空瓶的中介成为犯罪链条上的重要角色。

不久前,扬州市广陵区人民法院公布了一起“真瓶装假货”的售假案件。2020年,一用户在某二手交易平台上挂售大量正品化妆品空瓶,引起扬州警方的关注。经查,涉案团伙从二手平台购得大量正品化妆品空瓶,并将正品化妆品掺假稀释后灌装售卖,冒充成代购版本在网购平台对外低价销售,非法所得金额达3100万元。

扬州市公安局邗江分局治安大队案件查处中队中队长洪云对媒体表示,会有专人收购正品空瓶,然后卖给制假团伙。此外,在销售造假商品时,该团伙会使用版本不同、化妆品公司次品、机场免税店产品等说辞,诱导消费者相信低价的合理性。

以赫莲娜面霜为例,假设其空瓶回收

价格为500—600元,如果被包装为正品后以原价三折贩卖,那么也意味着背后产生约500元瓶的巨额利润。

前述骗局曝光后,许多网友在评论区“怒了”。“难怪有些海淘价格那么低。”“瓶子是正品,这让消费者怎么判断!”“所以二手网站专门有人收空瓶,猫腻太大了!”也有网友支招:“我用完的瓶子都弄坏了再扔的,就是防止造假,大家都可以这么做。”

目前,收购空瓶以造假的手法已被相关平台关注。温女士称,自己前几日在二手平台上发布空瓶的信息,但发布第二天便收到了平台的违规通知。通知称,品牌化妆品、奶粉、酒等空瓶商品存在制假风险,发布者需立即删除,避免再次违规。

每出售一个空瓶,就可能多一个侵害受害者

原本想把不用的空瓶卖出去“回血”,却不知成为了黑色产业的“供货方”,这背后涉及怎样的法律责任?卖家、平台方又将如何担责?

上海汉盛律师事务所高级合伙人李曼在接受采访时称,收购化妆品空瓶后制假出售的行为与“真瓶装假酒”的行为类似。“一方面,其在未经注册商标所有人许可的情况下,在灌装的化妆品上使用与其注册商标相同的商标,属于假冒注册商标行为;另一方面,其生产大牌化妆品的行为也侵犯了国家有关产品质量、工商行政管理制度和消费者的合法权益。如符合法定入刑条件的,将涉嫌构成销售假冒注册商标的商品罪或生产、销售伪劣产品罪。对于采用假冒注册商标的手段生产、销售伪劣产品,同时触犯两个罪名,将按

照处罚较重的犯罪定罪处罚。”

在上述“真瓶装假货”的案件中,有一人专门负责购买用于制假的原料及空瓶。据记者调查,其主要从网上收购化妆品空瓶,而后再通过一些电商平台进行销售。

前述李曼分析称,在以中介身份专门倒卖空瓶或包装的情况下,若主观上明知他人收购后将制造假冒伪劣产品,且客观上积极帮助,应当认定实施了共同犯罪。

对此,李曼分析称,在以中介身份专门倒卖空瓶或包装的情况下,若主观上明知他人收购后将制造假冒伪劣产品,且客观上积极帮助,应当承担刑事责任。“但作为出售空瓶的消费者,其出售行为多为偶尔为之,且一般情况下缺乏售假卖假的故意,不应当追究其刑事责任。”

那么,实施收购的二手交易平台,是否应对此情况担责?李曼称,二手平台是否担责不能一概而论,需要结合其是否采取积极的审查机制、投诉处理规则并予以执行,如用户已多次反反复并投诉但平台怠

于处理,在平台上发布虚假信息,则可能构成共同犯罪。

虽然在法律意义上,普通卖家不被追究刑事责任,但在面对高价回收的诱惑时仍需擦亮双眼。相对地,当在二手交易平台遇到来源不明的闲置、甚至已开封的化妆品,消费者们也得多长个心眼。

“希望消费者们能够明白,每出售一个化妆品空瓶,就可能多了一个买到假货的人。因此,无论是从保护自身还是维护市场环境的角度,都尽量不要购买假冒注册商标的商品。一旦发现购买的物品疑似假货,应当第一时间向平台投诉。”李曼说。

(中新经纬)



安徽黄山:特色教育促发展

徽州木非遗传承人吴侠芳(右)正在指导学生木雕技艺。

近年来,位于安徽省黄山市的安徽省行知学校以非遗特色办学为重点,设有歙砚制作、徽州砖雕、徽州木雕、徽墨制作等12个非遗教育专业。通过创新人才培养模式,深化校企合作,产教融合,推动非遗职业教育高质量发展。

(施亚磊 摄)

多项保鲜技术通过鉴定解决鲜果蔬菜储藏难题有『新招』

『新招』

『新招』</