

便民奶站为乳制品消费注入新活力



□ 本报实习记者 暴梦川 文/摄

奶站，是70后和80后的记忆。随着时代变迁，超市越来越多，外卖发展越来越快，奶站这个有着时代符号的实体店逐渐消失。但近一年，北京出现了很多社区奶站。

记者走访发现，由于乳制品种类丰富、价格低，这些开在社区周边的奶站不仅受到居民的喜爱，也为乳制品消费注入了新活力。

价格低 品类多 便民奶站受欢迎

傍晚6点多，朝阳区农光动力社区附近的一家名为“牛奶便利”的社区奶站里聚集了许多消费者。冷藏货架上，摆放着蒙牛、伊利、三元、光明等数十种品牌的鲜奶和酸奶产品。

“奶站里的鲜奶不仅品牌多，价格也比超市里低很多。”正在购买鲜奶的一位消费者告诉记者。该消费者购买的是一款净含量900毫升的三元极致有机鲜牛乳，价格为18元一瓶，而同样的产品，超市零售价为23.9元。

而在武圣东里小区附近的武圣奶

站，“酸奶10元两瓶”“纯牛奶特价35元一箱”……各种牛奶、酸奶产品的促销广告被店主张贴在店外，该店店主告诉记者，“我们主打的就是薄利多销。”

打动消费者的还有牛奶新鲜程度。以鲜奶为例，记者发现，“牛奶便利”里大部分鲜奶产品标注的生产日期为销售当天或前一天。“这里的鲜牛奶都是我们每天早上新进的产品，保证消费者每天能够喝到最新出产的鲜奶。”

凭借新鲜、种类丰富、性价比高，这些奶站很快就俘获了周边社区的居民。

“牛奶便利”的店主告诉记者，开业以来，每天在这里购买乳制品的消费者络绎不绝。

饮奶意识提升带动便民奶站发展

除了北京，近年来，社区奶站在全国如“雨后春笋”般涌现出来，广州部分小区甚至出现了无人智能奶站。

近乎消失的奶站为何能重新出现在大众视野中，且越来越多？在独立乳业分析师宋亮看来，奶站的“起死回生”靠的是接近社区、接近消费端的便

利性。

“相较于超市，社区奶站的渠道费用更低，离消费者更近，产品性价比更高，为乳企增加了销售渠道的同时也为消费者带来了便利。”宋亮在接受记者采访时表示。

“牛奶便利”的店主认为，消费者喝奶意识的提升也带动了便民奶站的发展。“如今来店里购买乳制品的消费者一半以上是老客户。”有的消费者基本上隔一两天就要来一趟，大家的喝奶意识和频率明显要高过前几年。”该店主表示。

《2023中国奶商指数报告》显示，自2018年以来，中国奶商连续6年保持稳步增长，深层次原因是从喝奶意识到行为深度渗透。6年来公众喝奶意识得分稳居高位，人们养成了喝奶的好习惯，每日喝奶变得常态化。

虽然公众的饮奶意识有明显的提高，但是从乳制品人均消费量来看，增

长潜力仍然不小。数据显示，2022年我国人均奶类消费量约43千克，与2010年相比提高了48.3%，而世界人均奶类消费量140千克，我国人均奶类消费量仅为世界人均的“零头”。

在宋亮看来，社区奶站的不断涌现为乳制品消费注入了新活力，对提升乳制品人均消费量将起到一定的推动作用。

值得注意的是，近日发布的《中国乳制品消费扩容提质指导意见》提出，到2025年，2030年我国人均奶类消费量将分别突破45公斤、50公斤，消费模式更加多元等目标。

宋亮认为，在乳制品消费提质升级的背景下，社区奶站带来了更加多元的乳制品消费模式。同时，社区奶站和超市之间也将形成良好的互补关系，成为乳制品销售市场中的重要力量，为消费者提供更加便利的乳制品消费场景。



在空调房休息消汗，冲去身上污渍、换上泳衣，惬意地在泳池里畅游嬉水。这是五岁小狗柯基正在体验的降温消暑方式。

“我基本每周都会带狗狗来游泳一次。”湖南长沙“95后”宠物主叶佳佳说，相对于人而言，宠物散热能力较差。自入夏后，自家柯基多数时间待在家中吹空调，出现了食欲不振、活动减少等情况。清凉消暑的宠物游泳池，也就成了“遛狗”的最佳去处。

在长沙，像叶佳佳这样带“毛孩子”消暑的宠物主不在少数。随着新生代宠物主的增多，养宠观念也在不断更新。对大多数养宠人而言，宠物不再是“消遣品”，更像是“掌中宝”。

23岁的湖南株洲女孩唐润泽在工作后养了一只拉布拉多犬。她直言，狗狗就如她的家人、朋友，希望能在经济承受范围内给它最好的呵护。

巨大的市场需求催热了宠物版“清凉经济”。记者在网络上以关键词“宠物降温”进行搜索，狗狗冰垫、不锈钢猫盆、宠物冰糕等商品令人目不暇接，不少“铲屎官”线上分享降温秘籍。

“我们有一个微信群，就叫‘夏天泡澡的狗子们’。”唐润泽介绍说，该群由小区一带爱狗人士创建，基本按照每月两次的频率，组织带狗溯溪、漂流等活动，既拓展了狗狗的活动场景，也为宠物主养宠行为增添了社交属性。

高温酷暑也使夏季宠物寄养服务持续升温。部分宠物店顺势推出了花式夏日度假房，除提供基本的喂食、陪玩、消暑零食等服务，还能按宠物主要求拍摄宠物照片。长沙岳麓区一家宠物店店主彭凌表示，目前所有度假房间均已订满，入住需要提前一周预约。

“我基本上每个月都送它们去宠物店住一到两周，有时间会去看它们。”32岁的长沙妹子李清华家中养有两只猫和一只狗，因担心宠物中暑，即便白天出门上班，家中空调不断电，电费支出增加不少，宠物也待得无聊。夏季宠物寄养很好地解决了她的烦恼。

值得注意的是，宠物消暑用品与消暑方式虽多，并非适用于所有宠物。唐润泽回忆，她曾给自家狗狗喂食过宠物冰糕，但其肠胃出现不适应反应，冰垫等接触型产品对好动型宠物的作用也并不大。因此，不可盲目跟风。

“部分宠物主存在误区，认为所有狗都会游泳。”有着近七年从业经验的宠物医生余文介指出，诸如斗牛犬、松狮犬一类短鼻扁脸的犬种，因鼻道较短，在游泳时会不自主地将头抬起，使尾巴入水、身体更易下沉，不适合在水中停留过久；且选择野外水域时，宠物主还应充分考虑水质问题，避免细菌接触到宠物身上的细小伤口，造成感染。

（中新网）

夏日高温催热宠物版“清凉经济”



浙江发布2023年上半年商品市场运行分析报告

总体成交额达1.09万亿元 同比增长8.10%

本报讯（记者 马丽佳）7月17日，浙江省市场监管局发布2023年上半年浙江省商品市场运行分析报告。报告显示，今年以来，浙江省2945家商品市场共实现成交额1.09万亿元，同比增长8.10%。其中，浙江省2592家消费品市场共实现成交额7871.19亿元，同比增长18.42%；1699家农副产品市场共实现成交额2662.17亿元，同比增长16.65%。

记者了解到，在国家系列消费刺激政策的推动下，浙江省消费品市场购销两旺。浙江省现有工业消费品市场523家，与去年相比减少71家，同时，成交额呈现逆势增长态势，上半年实现成交额4952.28亿元，同比增长32.21%。该市还通过增加交易区位、组织优质商户、招引品牌果品等举措，扩大市场份额，提升市场竞争实力。

同时，浙江省2945个农副产品的上半年成交额达2662.17亿元，同比增长16.65%。17家茶叶市场上半年成交额达149.09亿元，同比增长4.96%，由于开春后温度适宜，茶叶生长势较好，成交量增加。同时，今年以来，消费者对果品的需求逐步恢复，16家果品市场上半年成交额达472.40亿元，同比增长24.89%。其中嘉兴水果市场上半年成交额313.46亿元，同比增长32.21%。该市还通过增加交易区位、组织优质商户、招引品牌果品等举措，扩大市场份额，提升市场竞争实力。

江苏苏州高新区：

融合自然资源 打造沿太湖“农文体旅”消费新场景

本报讯（记者 汪宏胜）沿着太湖大道一路往西，碧水清波映入眼帘，田园风光扑面而来，一片片绿意盎然的农田和一座座古色古香的文化建筑相互交织。这里是江苏苏州高新区的西部，有着28公里太湖岸线，也是国家级非遗——苏绣的主要发祥地。

值得一提的是，苏州太湖国家湿地公园策划推出的“夜游太湖 星动湿地”活动更是在苏城掀起了“打卡热潮”。活动从7月1日持续至8月27日，融入童话故事线，通过动物引领，从夜探熊猫王国、花船巡游、萤火森森、到萌宠乐园、星光市集，整个太湖湿地将联动为一场精彩的城市消费剧场。

更让人期待的是，西京湾艺术中心2023太湖星空露营节也即将启幕。结合露营市集、乐队演出、野趣运动等主题活动，打造沿太湖“农文体旅”资源新IP、新消费场景，在太湖畔慢品人间烟火色，闲观星斗洒满天。

除了太湖风光，人文旅游资源也

兴奋地回忆了自己的行程，上午到西京湾打卡拍照，中午在农家乐品尝美食，下午带孩子在苏绣小镇沉浸式体验刺绣，晚上到太湖湿地公园夜游太湖、夜探熊猫王国。“回来后我就在朋友圈分享了行程，许多家长都留言向我咨询攻略。”陶女士说。

值得一提的是，苏州高新区国家湿地公园策划推出的“夜游太湖 星动湿地”活动更是在苏城掀起了“打卡热潮”。活动从7月1日持续至8月27日，融入童话故事线，通过动物引领，从夜探熊猫王国、花船巡游、萤火森森、到萌宠乐园、星光市集，整个太湖湿地将联动为一场精彩的城市消费剧场。

更让人期待的是，西京湾艺术中心2023太湖星空露营节也即将启幕。结合露营市集、乐队演出、野趣运动等主题活动，打造沿太湖“农文体旅”资源新IP、新消费场景，在太湖畔慢品人间烟火色，闲观星斗洒满天。

除了太湖风光，人文旅游资源也

□ 本报记者 闫 利

今年2月，中央一号文件发布。文件提出，“提升净菜、中央厨房等产业标准化和规范化水平，培育发展预制菜产业”。这是预制菜首次被写入中央一号文件，预制菜产业受到政府、行业、企业和消费者的高度关注。

日前，赛迪顾问发布的《2023中国预制菜企业竞争力百强研究》报告显示，在2020年以前，中国预制菜行业以深耕预包装多年的预包装企业为主，且主要销售渠道为B端为主C端少有涉及。随着生活节奏加快，“懒人经济”的形成，C端客群对预制菜的需求提高，市场热度逐渐提升，吸引了大批预制菜上游农业生产龙头企业，以及下游餐饮类龙头企业等纷纷加入，快速布局预制菜业务。上游企业凭借其原料掌控优势、下游企业凭借其渠道协同优势，在预制菜领域占据一席之地。

以专注于预制菜的研发、生产和销售的味知香为例，其在发展初期就针对B端和C端不同人群推出了不同的产品品牌，其中“味知香”品牌主要销售给C端客户，“馔玉”品牌主要面向餐厅、酒店、食堂等B端客户。这有利于强化品牌认知，针对不同客群特征进行品牌推广及宣传。另一方面，味知香还不断推出“味知香工坊”“搜香寻味”“味爱疯狂”等新兴品牌打造多元品牌矩阵，满足多元化产品需求。

7月23日下午，记者在北京市丰台区物美大卖场看到，不少消费者在选购预包装产品。一位在熟食区选购产品的刘女士对记者说：“中午和朋友一起在外面吃的饭，晚上回家想自己做，太复杂的菜做起来麻烦，就来超市看看有没有合适的预包装菜，刚刚转了一圈，发现没有太多新菜，最后决定买个烤猪蹄，回去用空气炸锅加工就行。”

记者注意到，消费者对预包装菜的选择不再局限于常见的羊蝎子、红烧肉等传统菜品，各类空气炸锅美食格外受到消费者青睐，油条、春卷、鸡米花、小酥肉等与空气炸锅搭配的预制菜在小红书上被诸多博主推荐。消费者对预包装菜产品的需求离不开“便捷”“个性”等关键词。

天眼查数据显示，截至目前，预制菜相关企业6.3万余家，其中，2022年新增注册企业1690余家，2023年新增注册相关企业430余家。从成立时间来看，43.5%的相关企业成立于1—5年内。

快速发展的市场，也促使相关政府部门不断完善政策指引。日前，山东省农业农村厅启动山东预制菜“十大品牌、百强企业、千优产品”推介活动。河南省开封市发布《开封市绿色食品集群培育实施方案》，实施预制菜产业升级行动，衔接预制菜上下游产业链，推广“现代农业+加工中心+中央厨房+电子商务+消费体验”于一体的预制菜产业发展新模式，打造特色鲜明、辐射面广、带动性强的产业集群。

各地相关政策持续出台，各种相关标准不断完善，市场规模稳步增长，越来越多的企业加码预制菜领域，预制菜产业发展按下“加速键”。《2023中国预制菜企业竞争力百强研究》中指出，预制菜加工企业也要注重产品多样化差异化发展。受地域分布影响，中国各地预制菜产业发展各具特色，预制菜生产企业应基于当地产品特色和文化，针对不同的人群生产细分产品，针对不同的用餐场景调整产品结构，进而实现差异化竞争，增加市场份额。同时，企业可实现定制化、高端化，为消费者个人“量身定做”预制菜产品。随着消费者多元化需求的提升，当前预制菜品类发展存在一定的局限性，可面向糖尿病人群、减肥人群或特定食物不耐受人群等进行产品研发，推动企业差异化发展。

地方动态

本报讯（记者 刘自昌）近日，记者从山西省能源局获悉，为了确保电力迎峰度夏平稳有序，满足经济高质量发展与人民群众美好生活需求对能源电力的合理需求，山西省将切实把保障城乡居民生活用电放在首位。

今年迎峰度夏期间，国际能源市

电库存，尤其采购预存一定量的高热值煤，确保迎峰度夏期间可顶峰发电。

同时，电网企业将强化对各主要输电线路、主要设备的巡视监控，落实电网安全风险防控措施，确保设备安全运行，提高供电保障能力，尤其是雁

山西省全力保障群众用电需求

场仍面临复杂局势，叠加经济稳增长以及极端天气多发频发等因素，能源电力保供仍存在诸多不确定性，保供形势仍十分严峻复杂。

6月底前，山西省电煤库存确保提升至1100万吨以上，山西省各市能源局督促辖区内煤炭企业挖潜增产，优先保障电煤供应，督促煤炭、发电企业落实长协合同，做好产运需各方衔接，确保迎峰度夏关键期机组的供应能力。强化发电机组非计划停运和出力受阻管理，确保非计划停运率低于2%，出力受阻率低于5%。

此外，记者了解到，当供电缺口较大，超出需求响应能力时，山西省将按程序启动负荷管理方案，优先保障居民、农业和农资产生、防讯抗旱等重要用户的用电需求。



准直流线路及配套电源项目的安全稳定运行，确保迎峰度夏期间可顶峰发电。在度夏前保质保量完成机组和设备检修，确保度夏关键期机组的供应能力。强化发电机组非计划停运和出力受阻管理，确保非计划停运率低于2%，出力受阻率低于5%。

此外，记者了解到，当供电缺口较大，超出需求响应能力时，山西省将按程序启动负荷管理方案，优先保障居民、农业和农资产生、防讯抗旱等重要用户的用电需求。



造农村动感文化体验处和打卡点，创造多元化、差异化农文旅新体验。振兴乡村特色工艺，推动镇湖刺绣、浒墅关草席编制、蚕种生产等非遗产业发展，依托兴趣电商让古老非遗连接现代生活，拓宽销售渠道，激活乡村非遗经济属性和产业价值，绣出“增收致富图”。

拓宽“旅游+体育”内涵，打造环阳山湖跑精英赛、苏州（太湖）马拉松等品牌赛事，建设苏州首条数字化半程马拉松跑道，以体旅融合为亮点，带动乡村全面振兴。

徐敏燕表示，下一步，苏州高新区将依托真山真水人文资源，挖掘农耕特色文化、振兴乡村特色工艺、拓宽“旅游+体育”内涵，不断完善农文旅产品供给、提升服务体系，全力打造全新的农文旅融合“高新样板”。

多元化需求推动预制菜“量身定制”发展

朱孝成：本院受理原告范雅诉你离婚纠纷一案，现依法向你公告送达起诉状副本、证据材料及开庭传票。自公告之日起30日内向本院提交答辩状和举证期限均为公告期满后的第15日内，并定于举证期限后的第3日14时30分（遇法定休假日顺延）在本院第八法庭开庭审理，逾期依法缺席判决。

江苏省淮安市清江浦区人民法院

邵晶胜：本院受理原告马晶胜与被告陈海英离婚纠纷一案，现依法向你公告送达起诉状副本、证据材料及开庭传票。自公告之日起30日内向本院提交答辩状和举证期限均为公告期满后的第15日内，并定于举证期限后的第3日14时30分（遇法定休假日顺延）在本院第八法庭开庭审理，逾期依法缺席判决。

江苏省淮安市清江浦区人民法院

赵海涛：本院受理原告赵海涛与被告陈海英离婚纠纷一案，现依法向你公告送达起诉状副本、证据材料及开庭传票。自公告之日起30日内向本院提交答辩状和举证期限均为公告期满后的第15日内，并定于举证期限后的第3日14时30分（遇法定休假日顺延）在本院第八法庭开庭审理，逾期依法缺席判决。

江苏省淮安市清江浦区人民法院

杜海梅：本院受理原告杜海梅与被告李海梅离婚纠纷一案，现依法向你公告送达起诉状副本、证据材料及开庭传票。自公告之日起30日内向本院提交答辩状和举证期限均为公告期满后的第15日内，并定于举证期限后的第3日14时30分（遇法定休假日顺延）在本院第八法庭开庭审理，逾期依法缺席判决。

江苏省淮安市清江浦区人民法院

王海明：本院受理原告王海明与被告王海明离婚纠纷一案，现依法向你公告送达起诉状副本、证据材料及开庭传票。自公告之日起30日内向本院提交答辩状和举证期限均为公告期满后的第15日内，并定于举证期限后的第3日14时30分（遇法定休假日顺延）在本院第八法庭开庭审理，逾期依法缺席判决。