

进口标签随意买?“贴标水果”形成畸形产业链

10月21日,“国产葡萄换上洋外衣价格相差10倍”话题上了热搜,水果生意中的造假情况再次受到公众关注。包装上印满日文的秋月梨,其实来自山东;替换标签后,南非橘子立刻“变身”澳柑;国产葡萄披上“洋外衣”,从6元一斤暴涨到66元……而所谓的“进口水果标签”,甚至可以从网上直接买到,每贴只要两三分钱。

10月22日,中国消费者协会发布消费提示,提醒广大消费者,如果选择购买进口水果,可以查阅海关总署2024年9月2日发布的《获得我国检验检疫准入的新鲜水果种类及输出国家地区名录》,了解目前予以准入我国水果的种类和输出地,不要购买与名录不一致的进口水果,避免上当受骗。另外尽量选择信誉好、口碑良好的商超购买进口水果,购买时注意对商品标签的真伪进行鉴别,保留消费凭证,如有异常及时维权。

据央视新闻报道,一般来说,进口水果包装上应用中文或英文注明水果名称、产地、包装厂名称或代码等。然而,记者购买了一箱商家推销的所谓“进口阳光玫瑰”葡萄,发现虽然外包装上印有清晰的日文,却未标注相关信息。

海关总署2024年9月2日发布的《获得我国检验检疫准入的新鲜水果种类及输出国家地区名录》显示,日本予以准入我国的水果种类目前只有苹果和梨。这也意味着,目前市场上所谓的日本进口葡萄,都不可能是真正的进口产品。



图为消费者在选购水果。闫利/摄

在这些充满了外文标识的外包装礼盒里,盛装的其实就是国产水果。除了换包装冒充进口水果,一些商家还会用外国品牌的标签造假。这些假冒注册商标的标签从何而来?

据央视新闻报道,在电商平台中,一些水果不干胶标签店铺在公开售卖进口水果标签,有些标签有明显的注册商标标识;有的店铺为了规避风险,一些标识被更改了部分形似的字母;还有一些则干脆给注册商标进行了模糊处理。

上海警方破获的一起案件显示,自2022年以来,河南郑州的海某和常某夫

妇的网店在没有取得品牌授权的情况下,私自委托印制厂印刷假冒品牌的水果商标,并通过电商平台对外大肆销售。在海某的网店里,这些每1000贴成本10块钱左右的水果标签,被以每贴2分钱到3分钱的价格出售。

记者在电商平台搜索“进口水果标签”发现,10元就能买到6000贴商标,且样式繁多,有些商标上明确写着“新西兰商标”“美国产品”等关键词。据界外新闻报道,来自新西兰的奇异果公司佳沛就曾遭遇“贴标危机”,并向法院提起诉讼维权。佳沛方面披露的资料显

示,被告人戴、赵、彭(音译)三人从四川省蒲江县果农手中购买当地种植的猕猴桃,伪造佳沛注册商标的标签和包装,然后通过线上进行销售。2024年7月22日,法院以侵犯佳沛知识产权罪,分别判处三人有期徒刑三年九个月,并处罚金人民币55万元。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示,监管部门要对水果市场加大日常监督管理力度,比如针对进口的水果,要求商家提供进口材料,多方共同努力,才能够真正促进水果市场诚信自律,消费者权益才能得到更好保障。

中国消费者协会指出,此种通过虚假宣传诱导消费者的恶劣行径,不仅严重侵害消费者合法权益,涉嫌构成犯罪,还挤压正规商家的生产销售,扰乱市场价格秩序。同时,中国消费者协会鼓励正规水果商家加大对假冒品牌的打击力度,维护自身合法权益,同时加强自身标识的防伪功能,帮助消费者辨认来源,确保其购买的是真正的、质量有保障的产品。

此外,中国消费者协会还督促电商平台加强审核售卖进口水果商家的资质,充分检查商品信息,确保进口水果商家正规、来源真实、销售合法;呼吁有关部门严格核查进口水果的各种入境手续,加大水果市场的日常监督管理力度,促进水果市场诚信自律。

(综合)



图为稻香村集团现代化生产线。

“最近10年,我们经历了一轮快速发展周期,其中,品牌年轻化成为重要的发展战略之一。在这个过程中,我们总结了一组数字——‘1234’,也就是‘一个核心、两路并进、三大创新、四重保障’。”10月18日,在2024年第21届中华老字号掌门人大会上,稻香村集团副总经理、营销中心总经理周立源分享了企业在推动老字号年轻化进程中采取的一系列创新措施和探索。

据了解,1773年创立于苏州的稻香村是“稻香村”品牌字号的创立者、商务部认定的“中华老字号”,中国驰名商标糕点类“稻香村”商标持有人,经过两个半世纪的传承发展,现已成为闻名中外的大型现代化食品企业集团。目前,稻香村集团在全国建有10个现代化加工园区、120多条现代化生产线、3个研发中心、1个非遗技艺传承中心,并联合建有7大原料供应基地,拥有国家级“绿色工厂”,营销网络覆盖全国,产品出口50多个国家和地区,品牌价值达182亿元,被授予“中国轻工业二百强企业”“中国轻工业食品行业五十强”“中国轻工业科技百强企业”等称号。

一个核心:守正创新

对于老字号来说,“守正”守的是制作技艺、传统文化与工匠精神,“创新”是企业发展的源动力。墨守成规,容易故步自封、止步不前,被历史所淹没;鬻眼狂奔,容易丧失本心、迷失方向,被市场所淘汰。所以,对于老字号来说,守正是创新的根基,创新是守正的发展路径;以守正保证创新的方向,以创新赋予守正与时俱进,这样才能在不同时期发挥老字号的行业引领作用。

“可以说,守正创新是稻香村集团传承发展两个半世纪的核心关键。”周立源说。

两路并进:“线下+线上”齐头并进

1773年始创于苏州的稻香村在清朝时期,依托京杭大运河水运之便和沿线城市经济文化的繁荣,从苏州走向全国,以至于有了“姑苏稻香村,足迹遍天下”之说。周立源表示:“新中国成立后,我们一直在努力打破地域限制,面向全国发展,甚至将目光转向海外。从1953年将糖果等产品发运西北,到1958年接受新中国成立后苏州业内首次外贸出口任务将产品出口东南亚,稻香村集团因时而动,不将发展限于一域。”

时至今日,稻香村集团依托在江苏、山东、北京、辽宁、四川、河北、天津等地建设的10个现代化加工园区,市场销售范围覆盖全国,在各地拥有800多家专卖专营店。同时,稻香村集团凭借8个具备出口资质的自有工厂,将上百种中式糕点出口到50多个国家和地区,致力于在海外弘扬中华优秀传统文化,让越来越多的海外消费者感受中式糕点魅力,持续打造“稻香村”这一中国味道名片。

为了让更多消费者品尝到稻香村糕点,稻香村集团从2009年开始大力发展“稻香村+互联网”战略,通过自建“品牌直播矩阵、电商仓储物流、营销服务体系”,稻香村集团电商业务形成了全链路运营,并基于积累了15年的电商消费大数据,倒逼企业数字化转型,持续提升生产效率、供应链效率和运营效率。通过大数据分析,稻香村集团可以做到根据市场需求,定制和优化产品种类,制定市场推广策略。“如今,稻香村集团已经连续多年领跑天猫、京东、抖音等主流电商平台的糕点、月饼品类销量榜单。”周立源表示。

三大创新:科技创新、产品创新、品牌创新

科技创新是发展新质生产力的核心要素,也是决定新质生产力发展规模和层次的关键力量。

在科技创新方面,稻香村集团持续加大现代化生产工艺和创新产品研发的投入,使其悠久文化与现代加工技术融为一体。目前,稻香村集团拥有100多条行业领先的现代化生产线,多项生产加工技术属于行业首创,实现了传统糕点的机械化生产。此外,稻香村集团依托江南大学等科研院所,成立了“中国糕点食品技术研发中心”“国家重点学科食品科学与工程联合培养基地”等产学研合作平台,紧跟国际最新食品科技进行自主创新,曾获得中国轻工业联合会科学技术进步奖。

在产品创新方面,稻香村集团主动迎合年轻人健康饮食理念,积极打造“健康稻香村”品牌形象,不断推出集“颜值、口味、健康”于一身的“国潮+健康”糕点,深受年轻人追捧。稻香村集团与江南大学等科研机构开展合作,成立低糖低脂烘焙中心、健康烘焙实验室,深耕健康烘焙赛道。周立源表示:“今年我们推出了包括低糖燕麦苏式月饼在内的数十种低糖月饼,非常受消费者欢迎。”

在品牌创新方面,随着新国潮消费环境的不断成熟,稻香村集团通过与100多个IP和品牌进行跨界联名合作,不断让老字号焕发新活力。今年8月底,稻香村集团携手《黑神话:悟空》推出联名礼盒“齐天揽月”,在中秋节营销季成为最受关注最高、跨越热议最广的礼盒之一。“可以说,‘齐天揽月’为我们打开了一条品牌跨界创新的新思路。”周立源说。

四重保障:现代化管理、供应链生态、数智化转型、知识产权保护

在现代化管理方面,近年来稻香村集团通过组织架构调整,在财务管理、生产布局、供应链整合、市场营销、商业经营、文化建设等多个方面进行集团化管理,并依照现代企业制度,进行市场化公司治理。通过现代化经营方式,推动其发展成为大型现代化食品企业集团。

在供应链生态方面,稻香村集团充分整合上中下游产业链资源,从原料供应、馅料加工、产品生产到印刷包装、仓储物流、终端销售等,形成闭环供应链体系,高效满足市场所需。近十年来,稻香村集团销售超15亿块月饼,累计出口超1亿块月饼,这背后离不开供应链生态体系的强有力支撑。

在数智化转型方面,稻香村集团2018年全面启动数智化转型,针对产供销各个环节的痛点、难点、堵点,进行各业务之间的信息化集成与优化。周立源表示,稻香村集团借助大数据分析工具应用,自研物流、服务、报表、短信等四大信息平台,依托“云”服务保障,使企业运营效率得到显著提升,有效促进了全业务链数字化转型和业务增长。

此外,稻香村集团相当重视知识产权保护,1905年注册茶食糖果业公司,1925年注册“禾”字商标,并沿用至今,已将近100年。到现在,稻香村集团除了拥有糕点类“稻香村”商标,还拥有“稻香村工坊”“稻香村私房”等商标,并在出口海外前,就提前在60多个国家和地区注册了包括“稻香村”等在内的100多个商标。周立源介绍,自2010年起,稻香村集团在全国各地发起打假行动100多起,积极维护稻香村品牌商誉及相关合法权益。

从1773年在苏州创立,到如今走向全国和世界,稻香村集团见证和参与了中式糕点两个半世纪的发展历程。周立源表示,未来,稻香村集团将扎实推进供应链生态、市场营销、产品创新、现代化管理、品牌年轻化等方面的战略升级,在继续做大做强春节、端午节、中秋节等传统节日品类的同时,不断推动产品和门店向年轻化、健康化、特色化、定制化转型。同时,稻香村集团还将持续推进“稻香村+互联网”和“稻香村出海”战略,力争用下一个10年书写稻香村品牌的高质量发展新篇章。

一组数字背后的老字号创新之路

稻香村集团加强年轻化转型

观点

加强国产水果品牌建设

近期,中国消费者协会提示,市场一些价格高昂的进口水果,如日本晴王葡萄、日本静冈网纹瓜、美国柠檬、哥伦比亚麒麟果等,并没有进入我国检验检疫准入名录。这意味着,可能消费者以高价购买的其实是披着“进口外衣”的国产水果。

这种将国产水果伪装成高端进口水果的虚假宣传手法,不仅严重侵犯了消费者的合法权益,还影响了正规商家的生产销售,扰乱了市场秩序。

国产水果披“洋外衣”的情况由来已久,要从根本上解决问题,需要加强市场监管力度,更要从提升农产品品牌价值着手,关注消费者对高端

农产品的需求,通过增强本地农产品的市场竞争力和品牌形象,不再依赖“进口”标签来提升身价。

作为农业大国,我国从不缺乏优质的农产品资源。但农业品牌建设仍面临诸多挑战,如品牌多而不精、大而不强。这导致许多地方虽然有特色农产品资源,但由于缺乏品牌建设的意识和能力,最终只能以低廉的价格出售。

当前,不少产区的水果品种在品质和口感上已经能够与进口水果相媲美,甚至不少品种还远销海外。然而,由于市场培育不足、推介力度不够,这些优质国产水果往往难以被消费者和市场所熟知并认可。例如,蔓

越莓在很长一段时间内都被认为是进口水果,直到哈尔滨文旅的推广才使得黑龙江省抚远市的蔓越莓逐渐走进大众视野。

今年中央一号文件明确提出,要鼓励各地因地制宜发展特色产业,并支持打造乡土特色品牌。因此,我们需要培育一批特色鲜明、质量过硬、信誉可靠的本土农产品品牌,以满足消费者的多样化需求,推动农业提质增效、农民增收。在移动互联网时代,应充分利用技术手段,鼓励电商平台加大对国产农产品的宣传力度,为其提供更多亮相的机会。通过展现国产农产品的独特魅力和优势,让国产农产品的画像在大众认知中清晰起

来。只有加强农业品牌建设,才能增强特色产业竞争力和综合效益。

农业企业需要抓住机遇,积极作为。特别是头部企业,应运用现代经营理念、标准和方式,将我国的特色农产品资源优势转化为产业优势。同时,地方政府也应立足本地资源优势,多措并举提升优势农业生产和销售规模化、标准化水平,打造潜力大、区域特色明显、附加值高的品牌产品和产业。

要让国产水果真正脱掉“洋外衣”,关键在于做好农业产品,做大农业品牌,做强农业产业。只要尊重农业发展规律和市场规律,扎扎实实推动农业提质增效,相信“洋外衣”终会褪去,越来越多的农业品牌将叫响大江南北,农产品自产地“身穿中装”。(经济日报)

吉林柳河:“小绿果”变“致富果”

□ 本报记者 王春宝

眼下,正是软枣猕猴桃成熟上市的季节。坐落在吉林省通化市柳河县安口镇

的吉林省宝林生态农业有限责任公司的软枣猕猴桃基地迎来了丰收季,工作人员在基地采收软枣猕猴桃并将其运抵温控库房车间再发往全国各地。

水果界的“软黄金”种植户手里的“真黄金”近日,记者走进吉林省宝林生态农业有限责任公司的软枣猕猴桃种植生态园,一串串成熟的软枣猕猴桃挂满了枝头,压弯了枝条,空气中散发着淡淡的果香。在碧绿的叶片间,一颗颗如绿玛瑙般的果实点缀其中,诱人的色泽、浓郁的果香,令人垂涎欲滴。农户们弯着腰在棚架下穿梭,采摘成熟的软枣猕猴桃。

“虽然今年雨水偏多,但是对我们山坡地种植的软枣猕猴桃来说很适宜,时间成熟度好,口感好、糖度高。”吉林省宝林生态农业有限责任公司技术员宋海燕介绍,水镇均建有软枣猕猴桃基地,总面积达400亩。

据了解,软枣猕猴桃又称圆枣子或奇异莓,有着“水果之王”“VC之冠”的美誉。该水果个头虽小,但营养密度很高,维生素C含量是多种水果的数倍,并含有氨基酸、镁、铁、钾、钠等多种营养成分,深受广大消费者喜爱。

打绿色“生态牌”走林果致富路

柳河县安口镇素有“中国北方苗木基地”之称,在吉林省苗木产业发展上起到良好的示范作用。大片的林木资源也为当地经济发展开辟了新路径。

记者了解到,柳河县安口镇在大力发展大果榛子、苗木的同时,坚持在软枣猕猴桃上下“硬功夫”,引进吉林省宝林生态



图为成熟的软枣猕猴桃挂满了枝头。

态农业有限责任公司落户该镇,积极探索建立“产业+庭院”“增收+增绿”的发展新模式,鼓励村民发展软枣猕猴桃特色种植品种。

“品尝一下我们的软枣猕猴桃,看看味道怎么样。我们种植的软枣猕猴桃是绿色生态产品,今年公司对其做了有机认证,完全达标。”吉林省宝林生态农业有限责任公司总经理佟钢说,柳河县早晚温差十分适合软枣猕猴桃生长,再加上附近的山没有受到工业污染,得天独厚的地理条件使得当地的软枣猕猴桃要比其它地方的口感更好。公司利用当地原始生态,对软枣猕猴桃种植进行绿色管护(不使用农药、纯人工管护),严格保护山林的生态环境,不人工干预软枣猕猴桃早熟。

“我们坚持原生态有机种植方式,施用农家肥、人工除草、诱杀灯灭虫,还坚持‘果品不到成熟季节坚决不采收’的原则,充分保证了果品质量。”佟钢说。

为满足软枣猕猴桃存储加工条件,柳河县安口镇党委积极组织协调公司新建低温加工仓储库房6个,设置300平方米

的分拣包装工作区,现已建成4个野生猕猴桃种植园区,最早期的园区猕猴桃亩产量突破3000斤,软枣猕猴桃种植面积600余亩,年产量超40万斤,带动周边70余农户就业。软枣猕猴桃上市以来,相关产品已销往上海、北京、广州、深圳等地,年销售量30万斤,预计今年可达50万斤,



图为软枣猕猴桃种植生态园。

年营业额达300余万元。

保证果实品质 延伸产业链

如今,柳河县安口镇的小小绿果子成为了村民致富的“绿宝石”。

“这里的软枣猕猴桃口感软、甘甜可口,皮薄、肉厚、汁多,每年我都会带着孩子来体验一下采摘的快乐,带回去给家人和朋友一起品尝。”游客刘女士说。

种植软枣猕猴桃让安口镇的村民在家门口实现了就业。安口镇农户告诉记者:“我们在软枣猕猴桃种植基地工作,一天最多时能挣到一百多元。在家门口就能挣钱,乡亲们的积极性高,工作也更用心了,希望果园发展得越来越好,我们的日子越过越红火。”

记者看到,在温控库房车间,一盒盒精美的软枣猕猴桃被打包装,打包车间一片忙碌景象。据介绍,企业的智能库房可以同时存放200吨鲜果,有效延长了鲜果保质期。产品通过电商销售方式销往北京、上海等地。除了鲜果销售,企业还以软枣猕猴桃为原料,开发酒、冻干粉等深加工产品,延伸软枣猕猴桃产业链,提升软枣猕猴桃附加值。



图为软枣猕猴桃种植生态园。