

E

时事搜索
Shi shi sou suo

山东3.69亿投向薄弱镇
建食堂宿舍澡堂

据新华社电 山东省财政厅等六部门近日联合印发《关于加快推进镇街机关“五小”建设的指导意见》，推进乡镇(街道)机关“五小”(食堂、宿舍、澡堂、图书室、文体活动室)建设。

其中，对镇街食堂、宿舍、澡堂建设，山东省财政已通过县级基本财力保障机制资金安排3.69亿元，对41个省财政直管县和18个财政困难县，分别按每镇街50万元、30万元的标准给予一次性定额补助；对镇街图书室、文体活动室建设，由各县市充分利用现有文化、体育等部门的资金资源统筹解决。(王阳)

年底前鲁企开办时间
将压缩至2个工作日

据新华社电 从山东省市场监管总局获悉，山东将进一步简化企业开办程序，压减企业开办时间和环节，年底前开办时间将压缩至2个工作日。

今年下半年，山东还将深化企业注册便利化改革，尽快实现企业注册“一网”服务；并推进“证照分离”改革全覆盖，年底前工业产品生产许可证种类压减一半以上。(王阳)

“双百企业”混改
已引入非国资超5300亿

据新华社电 从国务院国资委获悉，国企改革“双百行动”启动以来，相关企业积极稳妥推进股权多元化和混合所有制改革。截至目前，“双百企业”在本级和各级子企业通过混改已引入非国有资本5384亿元。

国企改革“双百行动”是国务院国有企业改革领导小组统一部署并组织开展的综合性国企改革示范行动，目前共有444户央企子企业和地方国有骨干企业入围“双百企业”名单。

(王希)

上半年光伏产品出口
同比增长31.7%



导报讯 据中国光伏行业协会统计，今年上半年，全国光伏产品出口总额106.1亿美元，同比增长31.7%；国内集中式电站新增装机约6.8吉瓦，同比下降43.3%。

“下半年，随着补贴项目、平价项目相继落地，国内市场有望恢复，预计2019年全年我国光伏制造业整体仍将保持平稳增长。”工业和信息化部电子信息司副司长吴胜武预计，今年全年国内装机将达40吉瓦以上，继续位居全球第一位。

(陈其珏)

中电联预计下半年
全国电力供需总体平衡

据新华社电 中国电力企业联合会近日发布报告称，下半年我国电力供需总体平衡，部分地区电力供需偏紧，预计全年全社会用电量同比增长5.5%左右。

“当前正值迎峰度夏关键期，高峰时段部分地区将存在电力缺口。”中电联新闻发言人于崇德说，下半年分区域看，华北、华中区域高峰时段电力供需紧张，部分省份在高峰时段需要采取错峰措施；华东、南方区域电力供需总体平衡；东北、西北区域电力供应富余。

(姜琳)

临期食品：线下遇冷 线上火爆

惠优品等部分商家未明示，消费者得留意

◆导报记者 杨学萍 济南报道

近日，微博话题“你会买便宜的临期食品吗”阅读量超过760万,关于这个话题的微博投票有7.9万名网友参与,其中5.5万人表示会买临期食品。

临期食品，是指即将到达食品保质期，但仍在保质期内的食品。随着消费者对临期食品接受程度的提升，在一些线上平台，有的临期食品甚至被打造成了月销几千上万件的“网红爆品”。

经济导报记者调查发现，虽然临期食品属于小众食品，但是眼下已经吸引了不少消费者关注，线上平台和商家纷纷加入抢占市场，发展过程中出现的一些现象和问题值得留意。

网上月销几千单
实体店冷冷清清

“便宜，品质又有保证，为什么不买呢？”消费者王子云表示自己经常选购临期食品，“我前几天刚从网上买了一堆进口食品，花了不到50元。”王子云说，根据她的了解，这些食品如果在线下实体店正价购买的话，应该会在200元以上。

8月4日，经济导报记者在淘宝网上搜索“临期食品”，发现单件商品月销数千笔的店铺不在少数。在一家名为“富到家食品专营店”的店铺内，一款印尼进口的临期威化饼售价8.9元，且第二份半价。这款威化饼的月销量达到了7500+。

经济导报记者随后登录京东商城发现，一款巧克力味威化饼被标注为“临期商品，介意勿拍”，当天的售价是32.2元，累计评论已达8万+，其好评度达到了99%。

与线上销售的火爆情形形成鲜明对比的是，实体店的临期食品销售则冷淡了不少。

8月4日，经济导报记者在位于济南市解放桥附近的家乐福超市内看到，商场在进口食品专柜的旁边设立了进口产品折扣区，这里的商品全部打折促销。然而，据观察，这个折扣区鲜有人光顾。

“这些商品一方面是快过期了，另外，因为摆放时间过长,产品的品质受到了比较大的影响,比如一些饼干都碎掉了。”前来购物的消费者李琳说，自己并不排斥临期食品，但是这些商品快到期了，价格却没有太大的优势。“通过捆绑的方式买一送一，也不过5



慧优品进口食品折扣店打出了1-3折的广告,但顾客仍然寥寥无几

杨学萍 摄

虽然临期食品属于小众食品,但是眼下已经吸引了不少消费者关注,线上平台和商家纷纷加入抢占市场,发展过程中出现的一些现象和问题值得重视

折。进口食品普遍价格比较高，5折以后也不算便宜。同样的价格我可以买到很好的同类国产食品了，而且不是临期。”

不只是商场内的临期进口食品少有人购买，一些专营折扣进口食品的专卖店同样门可罗雀。

当日下午，经济导报记者来到位于山大路的一家名为“慧优品”的进口食品折扣店。“亚美尼亚巧克力豆”10元3包，泰国黑糖饼干原价15.8元现价6元，进口果汁原价47元现价15元……因为商品皆是临期，所以这里的进口食品价格确实比较有吸引力。

但是，经济导报记者在进入店内浏览商品以及采访的过程中，发现没有一位顾客进门。一位自称隔壁店面工作人员的女士进入店内，表示自己“帮忙照看一下店面”，平时店里没有人，几乎没有顾客，也没有老板、营业员。

部分商家
不明示食品临期

“亲们买的时候注意了，这个威化饼马上就要过期了，不能买，差评差评。”“非常失望的一次网购，寄的是准备过期的饼干，建议不要购买。”经济导报记者注意到，尽管网上“富到家食品专营店”店内的印尼进口临期威化饼十分热销，评论中却不乏“差评”。

“卖家在产品介绍里标注得非常明白，这些给差评的顾客应该是不清楚‘临期’两个字的含义，而且没有仔细看页面的介绍,上面都有各种产品的到期时间。”买家“萧然”认为,特价总是有特价的理由,不能因为自己没看明白介绍,结果收到产品不满意就给差评，这对卖家也不公平。

2012年1月27日，国家工商总

局发文明确要求，食品经营者对即将过期的食品应向消费者作出醒目提示，也就是说，到了保质期临期限的食品需要告知顾客并单独出售。

然而，经济导报记者在调查中发现，一些专营临期食品的线上平台卖家会标注产品属于临期食品，但也有一些线上卖家和线下商超对此却比较隐晦，甚至在打马虎眼，一般是以打折、促销、清仓的形式售卖,消费者不咨询，工作人员不会主动告知产品的临期性质。

以“慧优品”进口食品折扣店为例，店内商品虽多为临期，但是店家仅标注了折扣和价格，至于是否是临期，则需要消费者来辨别。

那么，临期食品是否安全？能否放心食用？

“一般的食品，只要在保质期内，消费者是可以放心购买、食用的。”营养师胡陵告诉经济导报记者，前提是食品的包装、储存环境没有问题。

胡陵表示，临期食品仍属于安全食品，而且价格相对低廉。“消费者在商超购买的时候要看清楚食品的储存条件、保质期，就算是临期食品，也应尽量选择距到期日较长的。”

临期食品正确概念
尚待普及

临期食品是如何界定的？

经济导报记者查询了解到，北京市工商局曾向外界公布了“食品保质期临界”的标准：标注保质期1年或更长的，临界期为到期前45天(如罐头、糖果、饼干等)；标注保质期90天到不足半年的，临界期为到期前15天(如部分真空包装并冷藏的熟食品、速食

米饭等)；标注保质期少于15天的，临界期为到期前1-4天(如牛奶、活菌乳饮料、主食品、未灭菌熟食、未灭菌盒装豆制品等)。

去年，拼多多因销售“临期奶粉”而广受关注。有业内人士分析认为，在临期食品的正确概念还未被普及的时候，就匆匆销售婴幼儿食用的临期奶粉，无疑是在挑战消费者的心理底线。

相比而言，大众对临期零食的接受程度就要高得多，当然这也与消费群体是容易接受新鲜事物的90后息息相关。“我自己就经常‘捡漏’，除了在商超购买一些牛奶、面包等日期不是特别新鲜但是品质没有问题的食品，还会在网上购买一些临期进口食品。”“萧然”说，偶尔会碰到品质不是很好的食品，比如饼干不那么酥脆等，但是这种情况少之又少，“比起自己节省的‘银子’，这点问题完全可以接受。”

近年来，随着大量进口食品的涌入，也催生了数量众多的临期进口食品。据艾瑞咨询发布的《2019中国进口食品消费白皮书》显示，从2009至2018年，我国进口食品规模以年均约17.7%的复合增长率增长，2018年首次超过了700亿美元。

一方面是市场上大量的临期食品，一方面是消费者对临期食品需求的增加，众多商家包括互联网巨头从中嗅到了商机，纷纷抢滩市场分一杯羹。

其中，将校园作为首要落地场景的微信小程序善食者联盟等，正在开拓临期食品市场；2018年7月，以“日期越近越便宜”为卖点的电商平台“好食期”的母公司，获得阿里巴巴独家1.1亿元C轮融资；临期食品电商平台“甩甩卖”，也于今年3月获得3500万元战略投资。

E 他山之石

发达国家怎么处理临期食品

美国：针对不同需求，把食品保质期细分为最佳口味期(品质最新鲜、营养最丰富、最适合小孩子)、销售截止日期(商场只能在这个日期之前销售)、食用期(也就是食物的最后食用日期)、封箱包装日期(以便出现问题进行追究)四种。家长在孩子小时候就开始教他们辨认保质期。

英国：过了最佳食用期就得打折。英国食品标准局认为，最佳食用日期标志着食物的口感，

而非食物的质量。英国环保组织“废品与资源行动计划”发起过食品节约活动，挨家挨户教人们怎么理解“最佳食用日期”，如何区分“此日期前最佳”、“此日期前食用”和“出售期限”。

日本：日本便利店食品架上，通常摆着便当、面包、饭团、三明治等保质期只有1至2天的食品，为保证新鲜，店主会在距保质时间几个小时前将其丢弃，下架食品都做成了肥料和饲料。(思明)

无人零售站上“十字路口”

<<上接A1版

便利客在济南布局了几个点？业务进展如何？几经联络，其市场部杨先生并未给予回复，有知情者则透露，“业务推进不太理想”。

无人零售一度成为“风口”和热潮。在巨头行动的刺激下，各种无人便利店也如雨后天春笋般生长。据统计,截至去年底,国内无人超市已超过200家,无人零售货架超过3万个。

但今年开始,无人零售“退烧”,不少无人零售货柜和店面退场。

“上半年还有在投.现在,除非是有新的盈利模式,才敢接项目,”祁东表示,近3个月一直在沿海考察海鲜无人零售,但人们的消费习惯难变，加上设备温度控制技术不太成熟，需要再等等。

便利店兴起

之前祁东计划今年在济南落地自己的自动售货项目，但他发现，消费习惯、生活习惯上南北差异很大，随着便利店密集落地

社区，一些便利店延长了服务时间，使得无人零售的空间继续收窄,于是他主动“断舍离”。

数据显示，去年国内便利店实现销售额2264亿元，门店数量达到12万家，行业增速达19%，在零售各业态中最为突出，且实体店纷纷将零售的触角延伸至“无人”。

山东本土商业巨头银座商城，从去年开始探索“24小时inzone”。去年6月份其专门成立了智能科技有限公司，借助于银座门店的实体渠道优势发展24小时无人零售机。

日资便利店三大巨头之一的罗森，4月在上海发布了一款新型多功能自动贩卖机,在功能上集“自动售货机+货架+冷藏柜”于一体,白天时是一款普通冷藏柜兼货架,到晚上就成了自动售货机。

新零售的新技术新玩法迭代升级，祁东认为，对运营方而言，物流、供应链和精细化运营的竞争越来越激烈，后续经营并非易事，冷饮等快消巨头会在细分场景上发起新一轮竞争。

期待更多新场景

“货品品类少,周围客流量少,加上外卖业务的渗透,一台智能无人零售机并不足以支撑起一个团队的正常运转。”祁东分析说,随着生鲜场景的出现,给企业供应链和运营能力都带来了极大挑战。

以生鲜品牌“钱大妈”为例，其曾在一些边远社区投放无人售卖柜，这些冰柜里面放上预包装好的一份一份的肉菜，每天通过供应链团队补货一到两次。

在一些“有小区没农贸市场”的社区，这一做法很受欢迎。同时，困扰无人零售的生鲜熟食难题也得到了破解。

然而，在济南，农贸市场密集，社区生鲜拼团也激烈，无人生鲜机几乎没有市场。

网经社-电子商务研究中心主任曹磊认为,无人零售撤退或者关店的主要原因,在于平台盲目扩张,“消费者前期由好奇心驱使进行消费，后期还是习惯性在传统便利店消费.流量不足加之资本冷



济南银座商城借助门店优势,发展无人售货机

初磊 摄

却,导致部分无人零售退出。”

曹磊透露，行业内同时也认为，随着技术的进步，无人零售未来仍将继续增长。

艾瑞咨询数据显示，2017年国内无人零售市场(含无人货柜)交易规模，保守估计接近200亿元，预计2020年将突破650亿元。

中国连锁经营协会的资料显示，无人货柜数量应为270万台才能满足消费者的需求，但目前这一数量还不到20万台。

今年年初，经济导报记者调查发现，智能无人售货的“上半场”就是跑马圈地式的“点位大

战”，而“下半场”关键则在于精细化运营。曹磊也认为，在无人零售领域，铺设点位仅是开始，能否低成本高效率提供服务才是关键。

行业还在不断尝新。有品牌开始在动车上布局智能无人咖啡机，这无疑又制造了一个新鲜的消费场景。接下来该如何开拓新的场景并渗入更多用户的生活？祁东认为，“避免同质化，迎合并引导本土消费习惯，设备、商品及运营模式都亟待创新。”

(应受访者要求，文中“祁东”系化名)