

面包店“井喷” 市场竞争激烈

一条振兴路开了近十家 有店主已改行卖童装

近日,家住市中区建华小区的蒋女士发现,小区附近又有一家面包房开业,而与它相隔不到一千米的地方就已经有四家规模不小的面包房扎堆营业,作为“吃货”一族,蒋女士自然兴奋不已。不过,细心的蒋女士发现,虽然一条路上面包房扎堆,但是这面包的价格却不怎么“平价”。

面包店变得“高大上”

“现在的面包店真是越来越上档次了,单看这装修、环境就让人顿时感觉曾经一度只是‘蜗居’在市井小巷里的糕点房如今也变得越来越有品位了,不仅如此,这上了规模的面包店也越来越多的,看得人眼花缭乱。”蒋女士表示。在一些高档小区及繁华商业街都有装修高档时尚、精致华丽的面包房,部分看上去精致高档的面包房里,不仅面包的种类、口味、样式丰富独特而且还有商家推出咖啡、奶茶等多元化的经营方式,这也在一定程度上对面包店的环境、装修有了更高的要求。

五元以下面包难寻

“原以为这面包店越开越多,面包的价格也会随着激烈的竞争而有所降低,不过现在看来面包店是多了,但并没有带给市民想象的那份实惠。”经过一番了解后蒋女士心里有些失落,“现在的面包真是个贵啊,除了蛋挞及个别小面包外,五元以下的平价面包几乎没有了,像以前三元一个的菠萝面包、毛毛虫等平价面包常

面包店“井喷”背后

“多数面包店扎堆在超市、商业繁华地区或成熟社区周边。仅这条街上就有近十家大小规模不一的糕点房,即便是这样,仍有商家还是要跃跃欲试,这么密集的扎堆竞争商家们就一点也不担心吗?事实上,这样密集扎堆的面包房并不仅仅只有振兴路这一条路,像文化路、解放路也都有面包店扎堆的现象,很难想象,在市



“‘高大上’的面包店越开越多,可这面包的价格却越来越贵。”蒋女士的感受引起不少人的共鸣。醒目、美观的门面,精美、舒心的橱窗,个性化十足的色彩搭配,处处洋溢着美味的诱惑……放眼文化路、君山路、振兴路等繁华商圈都有面包房屹然伫

立,除了发展较早的几家“老”牌本土面包店外,外地一些面包店也纷纷开疆辟土在市区主要商业圈扎根落户,尽管一批面包房如雨后天春笋般出现在街头巷尾,但面包的价格却没有因此而“廉价”。

与专卖店里的“贵族”面包相比,超市里的面包价格又呈现了什么样的趋势呢?记者发现,超市里的面包价格更实惠,有时碰到搞特价,买一赠一很划算。与面包店里的高价面包相比,有市民更倾向于到超市里购买面包,不少市民表示,超市价格低廉,购买方便是其选择在超市购买面包的重要原因。

而归徒增一把辛酸泪。”眼下,李先生的糕点店已经变身为童装店,“门店租金贵,人工成本逐年上涨,奶油、芝士等原材料上涨,市民的认可程度不高等不利因素都让面包房的利润空间下降,面包品质参差不齐,再加上中低端市场激烈的竞争环境和各类促销费用,使利润越来越少了。”业内人士表示。

乳酸菌饮料业标准 23 年未变

活菌数仅为国际行业标准 1/10

乳酸菌饮料连续九年保持 30% 以上增长速度的背后,低温及常温乳酸菌饮料鱼龙混杂问题凸显。专家认为,国标关于活菌数量仅 100 万个/毫升的限定严重滞后于国际标准,是引发市场混乱的关键。日前,北京商报记者独家获悉,相关部门正在对沿用 23 年之久的行业标准进行修订。新国标一旦获批实施,企业进入门槛不仅会提高,该领域原有企业也将面临新的洗牌。

“目前乳酸菌饮料市场的混乱局面与产业发展的良好前景相悖,例如,一些厂家浑水摸鱼,不含有活菌却冠以活性乳酸菌饮料之名销售;另有产品活菌数量不达标或者在流通环节中消灭,无法起到产品宣称的润

肠道功能”,中国农业大学食品科学与营养工程学院副教授赵亮日前表示,国标门槛太低是引发市场混乱的主要原因。

据介绍,现行的乳酸菌饮料行业标准是原轻工部于 1992 年制定的,即 QB1554《乳酸菌饮料》的行业标准,2003 年国家卫生部在此基础上修订了 GB16321《乳酸菌饮料卫生标准》,两份标准对于乳酸菌数量做出的规定没有任何出入,即“出厂 3 天内产品乳酸菌含量必须高于 100 万个/毫升,在销售时只要有活性菌检出即可”。

乳酸菌饮料业内专家认为,根据乳酸菌饮料的发展行情,国标已出现三大缺陷:一是标准中所规定的活性乳酸菌在出厂时的 100 万个/毫升,这

与不低于 1000 万个/毫升的国际标准相差悬殊;二是对产品活性菌的检出没有界定一个合适的时间段和确切的含量,只规定在销售过程中有活菌检出即可,而活菌的质量和保健功能与活菌数量是密切相关的;三是国家标准在检验手法、食品添加剂和保存条件等方面还没有对乳酸菌饮料行业进行规范。

在专家看来,宽松的标准可能会造成各种活性乳酸菌饮料内在质量的差异较大,也无法保证消费者买得放心,喝得安心。“不过,据了解国家相关部门正在讨论起草新的国家标准,新国标的要求将有所提升,这将对乳酸菌饮料行业发展带来实质的改变。”业内人士透露。

阿里封杀国产樱花牌家电

热水器抽检合格率为 0

阿里巴巴近日宣布,全部清退“樱花”品牌在天猫淘宝平台的所有商品,并已把相关信息提供给执法部门,协助其开展线下精准打击。

如果消费者一不留神,很容易把这家来自南昌的家电商标误认为是日本的著名樱花电器。但是事实上,这颗“定时炸弹”随时就可能引爆,严重危害到消费者的切身利益。

据了解,今年 1 月初阿里巴巴公司联合权威检测机构开展了一次针对家用电器行业的专项神秘抽检,并锁定一批有质量问题的商家和商品,其中投诉率奇高的“樱花”品牌成为调查人员的重点关注对象。数

据显示,该品牌旗下燃气热水器抽检批次全部不合格,电热水器、油烟机、消毒柜等其它产品的不合格率则高达 76.66%。

产品不合格,意味着漏电、触电、短路、火灾等恶性后果发生率高,极易引发安全事故。有鉴于此,阿里巴巴本着对消费者高度负责的态度,紧急分批次下架淘宝、天猫、1688 等平台上所有“樱花”产品,并宣布在全网封杀这一品牌,并将按照平台相关规则协助消费者对商家发起维权。阿里巴巴后续还会通过各种监控手段防止并禁止其再次混入阿里旗下的各大交易平台。

(新浪)

检测机构洁厕剂测评

威王、万丽清洁效果不佳

要想洗干净马桶,除了有效的去污物质,另外很重要的一点是,洁厕剂要能更好地作用于光滑瓷面上的污垢。

市场上的洁厕剂产品几乎无一例外都宣称“增稠型配方,挂壁时间更长”。事实是否如此呢?

近日有媒体对 5 款洁厕剂的挂壁时间和挂壁量进行了测试,结果显示,卫诺、威猛先生、亮净 3 品牌洁厕剂的挂壁性比威王、万丽洁厕剂更为优秀,且形成了一定的梯度差距。

挂壁性良好的意义是显而易见的,粘度过低的液体洁厕剂在厕盆上停留的时间较短,不利于其与污渍充分作用,更好发挥清洁效果;其次,挂壁量较少也不便于消费者刷洗马桶。

从事化工原料研发的

广州盛邦化工科技有限公司工程师宋晶晶表示,顺应节能、环保等方面的要求,洁厕剂越来越多地运用各种增稠剂来提升产品的挂壁性能,以降低盐酸的用量,减少消费者的擦洗次数,增强洗涤效果。此外,具有一定粘度的清洁剂,不易飞溅,更加安全可靠。

实际上,洁厕剂的推荐标准 GB/T 21241-2007《卫生洁具清洗剂》并未对挂壁性作出规定。

卫诺、威王和亮净的生产企业,即蓝月亮、立白、威莱等企业研发部相关负责人表示,该标准对洁厕剂的基本功效和安全作出了要求,而挂壁性能是从方便消费者使用和体验方面增加的功能,所以对产品质量有更高要求的企业会对挂壁性进行调控。

(腾讯)

卖手机或比丢手机更危险

泄露个人隐私风险加大

恐怕很少有人知道,自己的短信、照片、微信聊天等隐私信息从手机上删除了,你自己看不到了,甚至将手机恢复到出厂设置后,仍可通过一些软件恢复。

手机信息删除掉之后,其实并不能完全保证用户的个人安全。

安全专家表示,在他们

看来,换手机可能比丢手机更危险。因为很多人也都知道,手机丢失之后可能会泄露个人隐私,一旦丢失了手机,我们往往会立刻补办手机卡,修改各种支付密码等等。但是如果我们的手机卖出去的话,用户往往不知道换手机其实同样存在泄露隐私风险。

(新浪)

