

教师节 献爱心

源汇区工商联(总商会)组织会员企业到学校慰问

本报讯(记者 杨光) 一年一度的教师节即将来临。9月4日至9月7日,源汇区工商联(总商会)组织会员企业,分别到市直幼儿园、受降路小学、市第二实验小学、漯河三中等学校进行慰问。艾宁檬活力烘焙店给老师们提供了1000份苏氏莲蓉蛋黄月饼和面包,晨光文具店给各个慰问学校送去了文具、篮球、乒乓球等文体用品,祝老师们节日快乐。

“今年是最为特殊的一年,虽然疫情肆虐,但老师们依然坚守岗位,兢兢业业,认真做好本职工作,他们用大爱托举着祖国的希望。”源汇区工商联党组书记李志刚告诉记者,每个人的生命历程中,老师始终都是最值得尊重和感恩的人,教师节到来之际,特向教师群体送去温暖,感谢他们的辛勤付出。

记者了解到,源汇区工商联(总商会)每年都组织商

会员开展慰问活动,会员单位经常走进敬老院慰问老人,资助贫困大学生、救助患病儿童。今年疫情期间,源汇区工商联(总商会)先后为会员企业协调购买近10万元的口罩、消毒液、酒精等防疫物资,并积极宣传疫情防控知识,支援企业严格做好复工复产和疫情防控工作,还向源汇区慈善总会、卫健委、疾控中心等防疫重点单位捐赠消毒液、酒精、口罩等防疫物资。

行业聚焦

减肥与健康诉求下,各大品牌争相入场 代餐产业泡沫浮现?

代餐在今年夏天确实很火,不管是带货主播、娱乐明星们在直播间大力推荐,还是零食巨头争相入场。

代餐食品消费快速增加

据天猫平台公布的数据显示,代餐食品消费人数近三年增长了78%,人均年消费金额达3000元以上。其中,女性消费者占绝对主力,且年消费金额逐年走高。

从消费者对此类功能零食的需求看,“无负担”零食与“健身代餐”是主要消费场景,此外用户还抱有肠胃调节、补钙、保护视力、美白护肤等诉求。

创业品牌争相进入市场

A股第一家“云上市”公司良品铺子,8月中旬推出子



品牌,主要瞄准健身人群体重管理、营养补充、控糖、增肌塑形等需求。

而百草味在2019年就相继推出了两款能量补充产品。今年7月,又推出了肉类和饼干等产品。

今年4月,雀巢推出了健康轻食产品,这是雀巢在智能个人健康轻餐领域战略布局推出的全新品牌。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示,代餐产品的兴起是消费端对大健康、个人形象刚需的体现。代餐品牌的高速狂奔,是来自新赛道的红利,更是各个品牌抓紧跑马圈地的缩影。

风口之中有多少泡沫

不过,在代餐食品迅速发展的背后,市场中也存在良莠不齐的乱象,由于缺乏统一标准,代餐食品目前是按普通食品进行管理,许多代餐产品销售渠道不明,常规商超难见踪影,反而是社交平台成为火热之地,极大影响了消费者对此类产品的认知和选择。

对减肥的诉求,对健康美味的诉求,正在催生一个规模庞大的代餐市场,但是,各路资金、各大商家纷纷入场,代餐产业泡沫浮现? 据《华商报》

消费曝光台

本栏目接受消费者投诉,对典型案例和不良品牌商家进行曝光,针砭行业发展中的弊端,维护消费者合法权益。

电话:3117156

15839581290



请关注小城生活微信公众号

消费观察

无糖饮料何以走红

近段时间,无糖饮料走俏市场。贴着无糖、低糖标签的饮料,向饮料界传统种类产品发起了挑战。某便利店数据显示,7月份饮料销售上涨25%,其中代糖水饮、高浓度果汁和中高端牛奶的增速明显。这些无糖、低糖饮料让很多人既满足了口味要求,又减少了对糖的担忧,因此在追求健康的人群中受到推崇。

无糖成为饮料界的新风口,背后是“既要好喝过瘾、又得健康不胖”的新需求。据世界卫生组织发布的《全球糖尿病病人报告》显示,全球糖尿病患者已达4亿多人,而主要原因无疑就是糖。正是看到了严峻的数字,一些国家政府加快了控糖措施的出台,一些饮料企业迅速调整了产品配方,走上了减糖的发展路线。戒糖、断糖概念让部分消费者有意识地减少糖分摄入,无糖饮料也乘着这股风潮占领了不少人的冰箱和味蕾。

对饮料行业来说,减糖带来新的发展契机。无糖饮料的市场渗透率不断提升,催生了庞大的市场规模和可观的市场前景,对市场一向保持敏感的

企业来说,自然不会错过这个新风口。调整配方、主动适应消费者口味,饮料企业纷纷上线无糖产品。

不过,无糖并非零糖,标注“不添加蔗糖”的产品虽然不添加常见糖类,但有可能加了糖替代品或糖浆之类的浓缩糖溶液。这些甜味剂参与到人体代谢中产生的热量可以说微乎其微。不过也有人认为,市面上打着零糖、零热量旗号的饮料,不少有误导消费者的嫌疑,这涉及对糖的界定。

用代糖来还原饮料的口感、赢得低糖的称号,企业这招显然很成功。但需要注意的是,也不能因此就“敞开了喝”。一些无糖饮料含有咖啡因,喝多容易导致上瘾,过度饮用无糖碳酸饮料会引起胃肠胀气等不适。

从小众走向大众,无糖饮料整体上处于快速发展期,能不能赢得消费者青睐,关键要看口感、品质。市场拼杀激烈,监管也不能落后,既要对产品添加剂、包装、宣传等环节进行监督,防止浑水摸鱼,更要引导消费者形成正确的减糖饮食习惯。 据《人民日报》

好物推荐

电动捣蒜器



大家都知道,大蒜、生姜都是美食烹调必不可少的佐料,不过将它们切段或切碎却稍显麻烦,而家用电动捣蒜器只需几十秒就能完成这项工作。

电动捣蒜器如饭碗一般大小便于收藏,超市和网络均有售。

晚综

数字化助力,不必担心预付被“坑”

随着线上线下商户融合加速,大量线下商户的数字化进程也在提速。以往,美容、美发、健身、娱乐等行业经常出现的储值卡,如今也在数字化的帮助下,规避了商家“跑路”的风险。

办卡被坑成家常便饭

提前充值办理会员卡,在之后的消费过程中享受诸多优惠,一直以来都是实体商家最常见的促销手段。但各地频频发生的提前充值后商家“跑路”难维权的现象,往往让消费者对于这种提前消费望而却步。

对此,业内人士分析,从商家的角度来看,以低折扣提高消费者的复购率,是一种薄利多销的促销手段,但为了增加消费黏性,就需要享受折扣

的消费者以大额储值来提供“担保”。而作为消费者,一方面期望享受更多的消费优惠;另一方面又不愿意承担大额储值后商家倒闭或者“跑路”带来的不诚信风险。因此,预付卡市场的“盲点”,就是缺乏合理的担保机制和信用体系。

数字化技术解老难题

随着电商、支付平台大量渗透进线下商户的各种服务,从预约、点餐一直到线下的结算都在一步步介入数字化系统,预付卡消费的困境,也出现了新的解决模式。

不久前,某外卖平台联合支付平台上线了信用支付产品“次次省”,为消费者提供零预付、免充值、“越用越便宜”的新服务。通过数字化的信用

担保,解决美容、美发、亲子、健身等行业中,广泛存在的预付费信任难题,让商家和用户都能获得平台保障。借助新模式,消费者不必预付充值,也不用交押金,就能先锁定优惠,用一次付一次。不用承担办卡储值商家“跑路”的风险,也缓解了高额预付的现金压力。与日常单次消费不同,在消费到达一定次数后,还能进入更低的老客户权益折扣,越用越便宜。对商家而言,新模式可以用更低的门槛锁定消费,后续更低的折扣也能提高复购率。目前,全国已经有超过20000个商家加入新模式,涵盖美容、美发、美甲、亲子、健身、洗衣、足浴等生活服务类行业,有针对性地解决了办卡的行业痛点。

据《今晚报》



新丝路

白璧·无缝墙布

不刷胶水的好墙布

地址: 柳江路与西京路交叉口向南200米路西贸易区建材市场13区66号
电话: 0395-2909777 17326250987

广告