

■ 盐改进行时·探市场

编者按

今年1月1日,一项“改变千年专卖制度”的改革——盐业体制改革拉开大幕。如今,改革走过八个月的路,市场与行业表现如何,盐改推进是否顺利,市民是否享受到了改革带来的利好?记者历时两月对省城的盐业市场进行了调查,系列稿件自今天起陆续刊发。

《盐业体制改革方案》取消了政府对食盐的定价,同时也允许现有食盐定点生产企业进入流通销售领域。改革让食盐不再受限于计划和调配,能更自由地去到市场上有需要的地方。记者探访发现,盐改8个月,食盐品种增加了,不过省内部分大型超市中还无外地盐售,食盐价格并未见明显下降。

本报记者 王皇
见习记者 张晓燕

食盐品种增多
价钱不降反增

“食盐改革?不太知道,但是感觉盐的价钱贵了。”近日,在济南一家大型超市选购食盐的马女士发现,超市里的食盐五花八门,但最便宜的鲁晶盐至少要2.5元。“以前都吃鲁晶的盐,去年买都有1.5元一袋的,今年最便宜的鲁晶盐要2.5元。”

马女士在超市里找了近十分钟,她拿了一袋未加碘的天然湖盐,售价4.7元。而她放下的一款竹盐6.5元一袋,一款7.6元一袋。“各种功能的盐多了,除了有没有碘的差别,我真是不太懂其他的,但贵的盐多了。”

“食盐每家每户都要吃,价格不能涨太多。”关注食盐价格的市民张先生说,自己看到超市里最贵的盐已经卖到了7元一小袋,四五元一袋的盐也很普遍,同样的货架空间,便宜的盐占的地方就少了。6-7月,记者曾至少3次在历山路一家大型超市看到,超市内3元的低价盐空架,仅有不少5元至11元的食盐在售。不过,近期已经重新上架。

低于2.5元的
多是外地盐

在济南大润发历下店,最便宜的盐不再是2.5元的鲁晶深井盐,而是2.2元一袋的中盐海藻加碘盐,2.4元一袋的中盐,此外还有2.5元一袋的芦花海盐。该店内最便宜的省内盐是300克一袋装的鲁晶烤盐,3元一袋。在历城区一家小超市内,天津芦花牌海水自然晶盐售价1.9元。

记者走访发现,本地盐中定价最低的就是鲁晶深井盐2.5元一袋,在部分小食品店,为了吸引购买者,还会有2.3元一袋的会员价,或者第二袋2.4元,第三袋2.3元的优惠。“食盐价格放开了,我们也想成本价卖,卖便宜一点吸引顾客,但是周围的一些



省城大型超市中,多了不少食盐新品种,但2.5元以下的食盐已经不好找了。 本报记者 张晓燕 摄

盐改8个月记者调查省城市场变化 部分大超市仍难觅外地盐

店会不愿意,检查食盐的人来的时候,也会口头说一说,不能把价钱定低。”历城区一家小型超市的店长说。

今年6月底时,山东省盐业公司相关负责人曾表示,省内8家食盐定点生产企业都是山东省盐业集团的直属企业,为了避免出现内部竞争相互压价,仍按照原先的定价进行销售。另外,还新推出了十款新产品投放市场。

“从全国来看,食用盐是产大于销,但是随着民众生活条件的提升,中高端食用盐的需求大增,有一个结构调整的过程。”中盐旗下一企业山东地区市场负责人说,普通盐是普通的生产环境,高端盐就要求更严苛的生产环境,在选材、包装上都能满足差异化的需求,从销售数据看,中高端盐的销量是增长的。

本地超市 多采购本地食盐

在济南,仍有不少大型超市还未有外地盐销售。8月初,记者走访了省城5家大型超市,其中本土品牌的两家大型超市,只有省内盐卖,并无外地盐销售。

在银座华信路店,6层货架

上最靠南的长约30厘米的区域摆满了六七种省内食盐,包装袋上都写着“山东省盐业集团”,这里仅有省内盐可买,找不到外地盐的身影。

类似的情况也出现在华联超市和华润万家超市。8日,在华润万家大众广场店内,销售的都是鲁晶牌的食盐。

山东省内大型超市相关工作人员坦言,盐改开始后,包括中盐在内的多个外地食盐品牌都与超市有过沟通,但是食盐产品本身利润空间也不太大,也忙不过来。至少有2家大型超市的相关负责人认为,今年的盐业体制改革是从6月30日放开食盐跨区域销售。“刚一两个月,忙不过来还没顾得上。”其中一位超市的相关负责人说。

家乐福历山店内,10个食盐货筐中,有七八种外地盐,品牌均为中盐,记者8日在该超市内未看到本地盐销售。大润发历下店则有中盐、天津芦花、鲁晶等外地和本地食盐销售。

一家外地食盐生产企业山东市场负责人表示,大润发和家乐福所售商品由大区或总部采购,所以受到的限制较少,但本地大型超市在省内采购,会有更多的利益需要兼顾。



超市里的食盐。 本报记者 周青先 摄

□ 延伸调查

卖外地盐还有一些阻碍

“现在卖外地盐还是会有一些阻碍。”历城区一家小超市的店长刘亮(化名)透露,在今年7月10日之前,自己在济南市内有3个店卖外地盐被查了。在他看来,盐改后,只要外地盐的各种资质齐全,食盐来源有保证,就可以卖,但实际上今年他一直在试探中卖外地盐。

“刚开始是直接收走,也不罚款。”刘亮说,时不时会有专门查盐的人来店里查。“和盐业公司卖盐的不是同一拨人。”

刘亮说,今年初开始,就有外地盐企的销售人员到店里推销外地品牌的食盐。“资质都很全,比如我现在卖的这个,有厂家的货物配送单、食盐批发许可证、食盐定点生产企业证书、食品流通销售许可证、营业执照、质量检验报告。”但是查盐的人来店里查的时候,也不会看这些证件,只是看到外地盐就会收走或让别卖了。盐企的人也知道,在给我们推销的时候都会保证查到之后,查多少补多少,不然谁还敢卖。”

刘亮发现,事情从7月1日开始有所改变,不再有人直接收盐,只是口头警告。“有一段时间就是,外地盐企送盐来的时候会发个名片,如果他们的盐收走了,联系一下名片里的人,又会送回来。”

中国报刊经营价值百强榜发布

本报荣膺“全国晚报二十强”第二名

本报济南8月14日讯(记者 陈晓丽) 报刊业如何抓住新机遇主动出击,积极推进纸媒融合经营的改革深化和创新突破?14日,在西宁举办的第十届中国传媒大会上,来自全国百家报刊社和新媒体的经营管理负责人及专家学者、广告主就“变革注入新动力,

价值创造新业态”主题展开深度交流。大会上,齐鲁晚报荣获2016-2017中国报刊经营价值百强榜”,全国140家报刊社(集团)在愈加激烈的市场竞争中脱颖而出,跻身强势媒体行列。其中,扬子晚报、齐鲁晚报等荣膺“全国晚报二十强”,扬子晚报、交汇点、齐鲁晚报(微信订阅号)、齐鲁晚报

此次大会发布了“2016-2017中国报刊经营价值百强榜”,全国140家报刊社(集团)在愈加激烈的市场竞争中脱颖而出,跻身强势媒体行列。其中,扬子晚报、齐鲁晚报等荣膺“全国晚报二十强”,扬子晚报、交汇点、齐鲁晚报(微信订阅号)、齐鲁晚报

(微博)等荣膺“全国报业新媒体三十佳”。

据参与评审的专家介绍,此次百强榜在往届评价体系,即广告经营状况、用户规模和质量、新媒体传播力等基础上,新增报刊品牌延伸经营的数据采集权重,这也是真正体现传媒经营价值,引导报刊业

经营方向转型升级的重要导向。

与此同时,榜单奖项设置上也应时而变,在以往奖项的基础上增加了“融合创新经营三十佳报刊”,旨在表彰和鼓励经营上取得显著成绩的报刊媒体,更全面体现报刊业的经营水准和能力。