

蜂蜜掺“料”被揭短 厂家纷纷提价避嫌

烟台多数超市难觅低价蜂蜜

文/片 本报记者 苗华茂

本报前不久一篇题为《“蜜”里究竟掺了多少料?》的新闻,揭露了市场上存在一些零售价远远低于批发价的蜂蜜的问题,仅仅半个月后,情况大有改变。7日,当记者再次走访烟台市区一些大型超市时发现,如今那些低价蜂蜜不知是在产品质量上有所提高,还是故意抬高了身价,总之超市里已很难再找到这些低价蜂蜜的踪影。

“低价蜜”纷纷提价

家住市区新桥小区的成女士上周五到市区一家大型超市打算购买洋槐蜂蜜,但到了货架前一看不禁大吃一惊,原来售价一直在15元左右的某品牌洋槐蜜,现在标价23元多了。“前些日子还感叹啥都在涨,蜂蜜好像没怎么涨,现在就应验了。”成女士不太清楚此番提价的缘由。

7日上午,记者在南大街一家大型超市内看到,各种各样的蜂

蜜整齐地摆放在货架上,与半月前不同的是如今已很难再找到写有“特价”的标牌了。一位销售人员见记者在看蜂蜜便上前介绍:“现在您就放心地买吧,全是货真价实的,以前报道的掺假的洋槐蜜已被厂家撤走了。”见记者还有些疑惑,该销售人员补充说,“不信您看看价格就知道了,现在便宜的那种已经没有了,售价绝对高于蜂蜜的批发价。”

记者观察了一下,与半个月前相比,如今确实已经没有“便宜货”了,半月前的一款重量

为2千克的洋槐蜜,售价已从原来的29.9元调到了47元。而另一款2千克包装的洋槐蜜,半月前的售价为59.8元,每斤售价约为15元,如今也提高到了69.8元,每斤约为17.4元,比批发价高出了4.4元左右。

知名品牌价格没变

“这个月2号才调整的新价格,虽然比以前贵了点,但还是比其他蜂蜜便宜。”在大海阳路一家超市,销售员极力地向记者推销



烟台多数超市难觅低价蜂蜜。

一款洋槐蜂蜜。记者追问该销售员,这些蜂蜜为什么要提价,为什么其它一些品牌的蜂蜜价格一直未变呢?“前一阵各大媒体不是都在报道蜂蜜掺假吗,又说低于批发价很多的蜂蜜里面肯定有猫腻,所以近半个月来只要价格低的蜂蜜几乎是卖不出去了。”销售员小声地告诉记者。

记者随后又走访了市区多家大超市,奇怪的是,一些知名品牌的蜂蜜,半月前卖多少钱现在还卖多少钱,价格丝毫没有变动。烟台本地一家知名蜂蜜厂家的销售

人员告诉记者,蜂蜜在此前已经全线涨过一次了,最近市场批发价没有变化,所以不少大厂家还都是保持原来的定价,而有些品牌的蜂蜜出现突击涨价的情况,很有可能是在避嫌。

一位业内人士表示,曝光的问题蜂蜜因掺入大量果糖而售价十分便宜,这让很多消费者开始认为蜂蜜市场“便宜没好货”,宁愿选择高价蜂蜜图个心安。一些蜂蜜经销商为了“避嫌”,纷纷涨价销售,直接导致最近一周蜂蜜市场刮起了一股涨价风。

烟台水产品要创10个知名商标

五年内将实现“渔超对接” 建立水产品追溯体制

文/片 本报记者 李娜 通讯员 相堂 张宇



建设人工鱼礁带,保护水产种质资源和珍稀濒危水生生物资源。

烟台刺参、黄海对虾、东方海带都是大家耳熟能详的特色海产品,这些响当当的牌子,将作为领头军,带领烟台水产品走上品牌化之路。

七大渔业“老品牌”变身10个知名商标

“烟台刺参、烟台鲍鱼都是极具烟台地方特色的品牌产品,要发挥他们的品牌效应,增强市场竞争力。”市海洋与渔业局渔业科工作人员说,烟台有七大渔业品种,包括烟台刺参、烟台鲍鱼、烟台鲟鳇鱼、烟台扇贝、黄海对虾、东方海带和莱州湾梭子蟹,资源特色优势突出,发展潜力大,是烟台市品牌渔业建设的主体。

渔业建设离不开创建现代渔业园

区,也离不开打造渔业品牌。据了解,烟台将以龙头企业、渔民专业合作社和渔业行业协会为主体,在渔业主导产业相对集中连片的区域,建设科技先进、设施完善、管理规范、带动效应显著的现代渔业园区。烟台还将支持企业、渔民专业合作社经济组织、渔户等生产经营主体商标注册,形成10个国内外具有较强影响力的知名商标,使“七大渔业品牌”全部实现载体化,提升我市渔业产品品

牌化水平。

此外,我市正积极进行渔业资源修复工程,采取渔业资源增殖放流,建设人工鱼礁带、人工藻场和渔业种质资源保护区等综合措施,保护水产种质资源和珍稀濒危水生生物资源。

据了解,到2015年,全市将建设品牌渔业万亩以上,规模化增殖园区10处、加工园区7处、现代化物流园区3处,建成具有国内一流的品牌渔业生产基地。

每一种水产品都可追溯生产源头

“未来人们将吃到更多新鲜健康的水产品,并且每一种水产品都可追溯到它的生产源头。”渔业科工作人员介绍,为进一步开拓市场,水产品生产、流通企业,渔民专业合作社将与大型连锁超市形成“渔超对接”,建立品牌水产品

直接采购基地。

烟台将进一步支持渔业生产加工企业开展市场直销、连锁销售和订单生产销售,减少销售环节,规范水产品经营秩序,打造山东名牌水产品展示展销平台。

在市场拓展活动中,烟台将立足国内

外两个市场,强化产销衔接功能,扩大烟台水产品市场份额。积极举办各种形式的渔业品牌推介活动,鼓励知名品牌企业、龙头企业及产品参加各种展销会、博览会、推介会,与大中城市建立长期稳定的产销合作关系。

发掘弘扬渔民节等民俗风情文化

每一种品牌背后都有身后的文化底蕴,烟台七大渔业品牌充满文化力量。现在每年进行的“长岛妈祖文化节”、“蓬莱渔民节”等给人们带来的不仅仅是海鲜美味,还有浓厚的民俗风情

文化。

渔业品牌建设离不开渔业文化。我市将推进渔业与旅游、文化、餐饮及民俗节庆活动的融合,大力发掘和弘扬渔业文化、渔家文化,打造“长岛妈祖文化

节”等渔业文化品牌,推进七大渔业品牌文化建设。同时,加强对渔业文化的循环,营造良好的品牌发展氛围,逐步形成培育品牌、品牌促进的良性循环,带动优势水产品产业不断发展壮大。

新电子秤“上岗” 多数消费者不在意

本报12月7日讯(记者 何泉峰) 近日,我市“放心肉”服务体系一期工程已投入使用,部分肉食店的柜台上摆上可追溯系统专用电子秤,消费者购买肉食产品时可得到随机打出的消费小票,记者7日调查发现多数购买肉食的消费者没有索要小票的意识,有的消费者甚至拒收小票。

7日上午,记者来到东方巴黎农贸市场,在一家国联鲜肉专卖店里见到了新式电子秤,上面写着“烟台市肉品质量信息可追溯系统专用电子秤”。与以往电子秤相比,新式电子秤的科技含量明显的高了许多,电子屏在秤砣的上方,皮重、重量、单价、价格并排显示在电子屏上,共35种肉食产品的名称标注在秤砣下方的键盘上,键盘的右边是数字键和消费小票出口。

“这种电子秤是在11月中旬摆上的,用起来挺方便的,还能随机打出消费小票,小票上面注明了购买的品种、时间、价格、重量、专卖店的号码,还有追溯码,消费者可以根据追溯码查到肉的出厂商家。”经营者刘恩初指着电子秤告诉记者。

“顾客很少有要小票的,有时打出来交给他,他就随手扔掉了,现在顾客交钱时,我都先问一声,需要的就给他打出来,不需要的就不用了。”刘恩初告诉记者。

在东方巴黎农贸市场,记者碰到了正在买肉的孙女士。“经常在这个店里买,和老板都认识了,没什么不安全的,有没有小票都一样。”孙女士指着手中小票说道,现在大家都没有要票的意识。

“小票没用,买一两斤肉不值得在要张票。”买完肉的宋先生告诉记者。在购买过程中,记者发现大部分的顾客不向经营者索要消费小票,要了小票的顾客感觉没有用途直接扔掉。

可追溯系统专用电子秤由烟台市商务局监制,该局市场运行与秩序科的李科长告诉记者,消费小票上有一条追溯码,消费者可以凭这个追溯码,查询零售商、销售地址、屠宰企业、养殖基地等信息,初步实现了入市肉品来源可查、流向可追、数量可计、质量可控。消费者在使用新电子秤的肉食店里消费时,一定要及时索要消费小票,一旦发现购买的产品出现了问题,小票可以作为一种凭证来保护自身利益。