

一斤跌两毛,销量日减几十吨

使用违禁药的姜田已翻耕,但消费者对生姜安全疑虑未消除

近日,媒体报道山东潍坊市峡山区有农户使用剧毒农药“神农丹”进行大姜种植。潍坊市峡山区农林水利局局长辛文东说,截至7日,当地已经查出使用“神农丹”用于大姜种植的姜田共8亩,涉及5户,对使用“神农丹”的姜田进行翻耕并改种花生,但消费者对生姜安全的疑虑并未消除。



事件被曝光后,广州、山西和江苏等地紧急检测市场上在售生姜。中新社供图

市场营销生姜每车必检,未发现药残超标

位于潍坊安丘市大黑埠村的安丘姜蒜批发市场是北方规模较大的大姜批发市场之一,这里的姜蒜等常年供应北京、上海等大城市蔬菜市场。记者7日在市场看到,往日热闹繁华的市场变得很冷清。

生姜经纪人沈兆平说,行情好的时候一个月发十几吨大姜,现在“近一个星期没有发货,5年多来从没出现过这种情况。”

记者了解到,媒体报道后,大姜批发价格出现了大幅下降。“一斤就跌了两三毛钱。”沈

兆平说。

市场管理人员马德成说,现在整个市场每天的出货量七八十吨,在这之前,每天的规模都在百吨以上。“现在,市场对销售的生姜实行每车必检,但没有发现药残超标的现象。”

老姜田不轮作病害多,“神农丹”价低“效果”好

数据显示,潍坊市峡山区的生姜种植面积从前两年的15000亩锐减到现在的9866亩。

有村民抱怨“生姜太容易生病了”。多年种植大姜的西波浪泉村农民赵振武对记者说,生姜种植三四年后,老姜田很容易出病害,线虫病、姜瘟等一出现,对产量影响很大,严重时甚至会导致绝产。“一亩地刚开始种时产姜能达9000斤

至一万斤,接下来产量会逐年减少。就算1块钱一斤,除去成本4000多元,姜每年就种一季,一亩地一年也就赚2000元。”

潍坊市农科院蔬菜研究所所长王林武分析说,个别老百姓偷用“神农丹”农药主要是为了治疗线虫病,“老百姓选择‘神农丹’一是因为其价格低,二是‘效果’好,对产量的提高较有帮助。”然而,“神

农丹”并非不可替代。绝大多数姜农使用的是一种叫“阿维菌素”的生物药,这种药高效低毒,只是价格相对稍高。

王林武认为,老姜田出现问题后,植保专家一般会建议姜农实行轮作倒茬,暂时改种土豆、大葱等其他作物,让土地休养生息。但姜农由于习惯,还会继续种植大姜,所以会出现“病急乱投医”的现象。

地方监管失职、农业集约化水平低是根源

潍坊市峡山生态经济发展区位于山东省潍坊市东南部,去年12月,这个区成为全国23个国家有机产品认证示范创建区之一,也是山东省首个国家有机产品认证示范创建区。

但峡山区还没有把辖区内4个街道的所有村全部纳入到体系当中。在已经建设的示范区内,种植基地每年进行一次土壤、空气、水质和产品检测,实施

全过程质量控制和审查。西波浪泉村还没有列入这个示范区当中。

专家认为,“神农丹”事件的出现暴露了地方监管的失职。另外,作为农产品“入市”前的最后一道环节,农药残留检测制度不完善,让一些农户使用违禁农药有了可乘之机。但更深层次上,是我国农业分散经营体系暴露出的问题。

专家认为,“集约化、组织化

程度提高了,农产品质量安全体系就可以完整地建立起来,从根本上解决食品安全事件频发的问题”。

据新华社

X特步(童装)
现面向全省诚招加盟商
加盟热线: 18865901599
特步(中国)发展有限公司·童装事业部
电话: 0592—2933326 www.xtep.com

1、2级能效空调热销 3级能效产品卖不动了 特价机沦为摆设

海尔、美的、海信领跑5·1空调市场

5·1期间,海尔、美的、海信等空调品牌大卖,成为最大的赢家。据济南苏宁数据显示,海尔、美的的市场占比分别达到23%和20%,占据了整个空调市场的半壁江山,在“济南苏宁十大畅销空调型号榜”上更是独占前5名;据三联商社数据显示,海尔、美的、海信三大品牌占据了整个空调70%以上的份额,三大品牌更是占据了“三联商社十大畅销空调系列榜”的前7名。业内人士认为,海尔、美的、海信三大品牌已成三足鼎立之势,在即将到来的空调旺季继续领跑。

从产品结构来看,变频1、2级能效空调热销,占到了整体空调销量的70%以上,消费者在购买空调时,更趋向于选择高能效的产品,即淘汰的3级能效产品和特价机备受冷落,消费者更趋理性。

□本记

海尔、美的两大巨头 占据空调销售榜前两名

空调向来是5·1家电促销的重头戏,由于新婚、新居人群的刚性需求,带动了空调市场的回暖,山东空调市场整体销售情况好于去年同期,迎来了市场复苏后的销售旺季。

“5·1期间,新婚新居人群迎来都是家电消费的主力军,越来越多的人会在五一期间结婚,今年这种趋势位是有增无减,空调等大家电的销售位出现了井喷。像海尔1.5P变频空调KFR-35GW/02PAC22单一级销售量近千台,美的‘统一换电’系列位卖得非常好,其他空调品牌的销售都好于去年同期。”济南苏宁市场负责人如此介绍空调的热销。

据济南苏宁数据统计,海尔9款挂机和美的2款挂机占据了“济南苏宁十大畅销空调型号榜”的前五名。同样,在市场占比方面,海尔占比达到了23%,美的占比达到了20%,两大空调巨头占据了43%的市场份额。从三联商社提供的数据来看,同样是海尔和美的两大品牌占据了“三联商社十大畅销空调系列榜”的

前五名,海尔、美的、海信等9个品牌的市场份额更是达到了惊人的70%以上。

业内观察人士分析认为,5·1一直是空调品牌促销的必争之地,5·1销量的好坏可以预见接下来的5月—8月期间的销售走势,随着变频能效标准的提升以及国家节能减排政策的到期,空调企业之间的竞争将更为激烈,空调品牌的集中度会越来越高,最终会形成2—3个空调巨头统治市场的格局。

2级能效空调卖火了

3级能效空调卖不动了

“消费者选购空调越来越关注是否节能舒适等因素,总体来说1.5P的变频2级能效挂机和3P的变频2级能效柜机卖得最好,1级能效和2级能效的空调基本上占整体销售的70%以上,虽然3级能效的空调价格大幅下调,消费者很少关注3级能效的空调。”三联商社市场负责人表示,由于变频空调能效标准的提升,即将淘汰的3级能效空调备受市场冷落,几乎卖不动了。

据中国家电协会透露,变频空调新国标(空调可挂型房间空气调节器能效限定值及能效等级)



美的空调专卖火爆的销售场面

已完成审定和报批,将于今年5月1日正式实施。根据新的能效标准,目前市场在售的3.4、5级高能耗变频空调将全部退市,这在很大程度上影响了消费者的选购。

“5·1期间,2级能效的变频空调卖得最好,它相对于1级能效的性价比更高,比3级能效的不仅节能更有国家补贴的优势,2级能效的变频空调销量占整体的45%以上。”济南苏宁市场负责人表示。

据了解,海尔、美的和海信等销售排名靠前的品牌也都以2级能效产品作为5·1的主打机型,正是因为契合了市场的需要,才成为销售榜单的第一集团军。山东美的空调市场负责人表示,美的一直在主推2级能效的变频空调,目前市场上美的的销售的大部分是1、2级能效的产品,5·1期间1、2级能效的产品销量占到整体的近80%。

消费者更趋理性

特价机沦为摆设

“以往消费者购买空调,可能更倾向于选择特价机,今年5·1期间有

所不同,虽然特价机的价格诱惑力依然存在,但由于特价机一般是老机型或者低能效的产品,消费者在选择的时候往往会选择更为节能的中高端产品,不再唯特价机是从,空调特价机受到市场冷落,消费者选购更为理性。”济南苏宁市场负责人表示。

“随着促销车轮战成本的增多,消费者对于厂家的促销手段已呈‘免疫’,消费者购买产品不再盲从,而是更为理性,只有着眼于产品品质的提升,着眼于消费者的实际需求,才能更好地占领市场。”齐南海尔中心市场部负责人表示,4月19日至5月8日期间,海尔空调在济南国美系统市场份额达到约1%,在济南苏宁系统市场份额达到约5%,之所以能取得如此出色的业绩,正是由于海尔一直在追求满足消费者的实际需求。

业内人士分析认为,随着产品功能的丰富以及消费水平的提高,消费者在购买更倾向于选择中高端节能产品,在购买时间上也不再集中,相对以前而言较为分散,5·1旺季被其他小假期分而食之,这也表明消费者越来越理性。

●相关链接:

①、5·1期间三联商社空调品种 销售排名及市场份额占比

排名	品牌	市场份额
1	海尔	35%
2	美的	32%
3	海信	22%
4	志高	12%
5	TCL	1%
6	夏普	1%

②、5·1期间三联商社十大畅销 空调系列

排名	品牌	产品型号
1	海尔	海乐PAC系列
2	海尔	海尔EAC系列
3	海尔	海尔EDC系列
4	美的	美的M3系列
5	美的	美的M1系列
6	海信	海信KFR系列
7	海信	海信KFRD系列
8	TCL	TCL KFR系列
9	TCL	TCL KFRD系列
10	晶弘	晶弘KFRD-M系列

③、5·1期间济南苏宁空调品种 销售排名及市场份额占比

排名	品牌	市场份额
1	海尔	35%
2	美的	32%
3	海信	18%
4	海信	14%
5	美的	10%
6	美的	7%

④、5·1期间济南苏宁十大畅销 空调型号

排名	品牌	产品型号
1	海尔	海乐PAC系列
2	海尔	海尔EAC系列
3	海尔	海尔EDC系列
4	海尔	海尔M3系列
5	海尔	海尔EDC系列(白色)
6	海尔	海尔EAC系列(白色)
7	海尔	海尔M3系列
8	海尔	海尔EDC系列
9	美的	美的KFR系列
10	美的	美的KFRD系列

(注:以上数据来自自五城市场,济南苏宁4月30日—5月6日销售数据)