

滤芯是否更换全凭“肉眼”把关，水质检测报告竟能“定制” 社区直饮水，放心“直饮”有点难



近年来，随着市民对生活饮用水的质量要求越来越高，不少“现制现售水”的直饮水站开进了济南各大小区，居民只需投币或刷卡就能购买直饮水。这些直饮水是否安全、干净，不少市民表示“不太放心”。记者对此进行了调查。

记者 李梦瑶 马玉姝
见习记者 冯子芯 济南报道

不少直饮水设备检测报告已过期

“刷卡、投币都行，1.5元钱就能接满一大桶。”记者调查发现，这类名为“健康水站”或“直饮水站”的设备在不少小区都有。这些水站的运营公司众多，水的功能也各异，包括直饮水、弱碱矿物水、富锶水等多种类型。

不过，这些设备的维护保养情况却参差不齐。在历山北路，一台智能净水器底部出现了渗水情况，周围地面上长满青苔，还散落着烟头、塑料袋、纸巾等。取水口附近肉眼可见明显的水垢、污垢、青苔和锈迹。

记者看到，该净水器上张贴的检测报告早已过期，有效期停留在2023年。《现制现售饮用水信息公示》栏中，经营者名称、设备名称、工商营业执照注册号、卫生许可批准文号等一系列信息都处于空白状态。据附近商户称，该净水器仍有居民在使用。

事实上，济南市早在2017年就对现制现售饮用水经营企业进行了统一的规范性要求，规定注明经营者的基本信息，公示水质检测报告、卫生许可证、从业人员健康证等信息。此外，经营者每半年需通过专业机构对水站的细菌总数、大肠菌群及化学耗氧量进行检测，各项数据达标后，才能算合格的供水设备。

探访中，记者看到，不少水站存在不同程度的信息缺失或过期，不少小区公示的信息因为风吹雨淋导致模糊不清，缺乏参考依据。

相比之下，历下区一小区的直饮水机则规范得多，根据记录，这处设备维护保养周期为一月一次，虽未达到相关标准，但这台直饮水机不仅公示了设备维护保养信息，还张贴了营业执照、设备检测报告、卫生许可批件等文件，上面标注了浑浊度、肉眼可见物、pH值、细菌总数、大肠菌群等8项检测指标，出具时间为2024年9月27日。同时公示了水处理

材料和设备清洗、维护的时间和状态。

记者联系到这家直饮水设备的运维人员，他表示，“25—35天更换一次滤芯”，还包括定期检测、维护、管道清洗、打水孔杀菌等程序，每台设备年维护费用约3000元。

即便直饮水站及时得到维护，但如果维护不规范，仍可能出现问题。一位业内人士透露：“只有提供有资质的检测机构出具的检测报告，公示内容才有说服力。如果只是经营者自行张贴一些基础数据，而没有专业、权威的第三方检测证明，那么这些公示的实际意义就要大打折扣。”

检测报告竟能定制 不合格数据可删除

记者以消费者身份联系到两位销售净水机设备的供应商，他们均表示仅销售设备，后期维护和滤芯更换，需经营者自行负责。两家企业还向记者提供了“水质合格”的相关检测报告，以及企业生产经营执照，并告知可以供给经营者打印张贴。

一位厂商代表称：“不用自己去检测，直接用我们提供的报告就行。”另一位厂商代表也表示：“买设备就送检测报告。”

在探访中，记者也注意到，不少直饮水机设备上张贴的水质检测报告，便是厂商提供的设备检测报告。

至于滤芯更换频率，其中一位厂商代表说：“要根据当地的用水量和水质，脏了再换就行，半年一次或一年一次。”

此外，记者了解到，目前社区直饮水机市场准入门槛并不高。

“有些厂家干了一段时间，觉得这片区域竞争激烈，就选择不干了，转身再投入到其他区域，那么他之前投放的直饮水机就无人管理了。一些小区的直饮水机很旧很脏，基本上也是出于这个原因。如果居民在这里充值办卡，维权也很困难。”一业内人士说。

值得注意的是，水质检测报告竟然还可以“定制”。记者在线上私信了一家水质监测机构，该机构客服人员表示，400元可进行一次水质

检测，会提供相应的检测报告，结果不合格可以“协商处理”，“哪些数据不合格，我们可以帮您删除”。

专家建议：建立电子监督体系 扫码可以追溯源头

“直饮水机入驻小区的核心是与物业达成合作，只要水电到位即可安装。”一家直饮水设备经营者介绍，除了设备安装，设备的具体维护也由他们来负责。

记者随机询问了多位取水居民，大多数人对直饮水的水质情况并不了解，还有不少人称，水接回家后会直接饮用。“比大桶水便宜，水质怎么样不清楚，但煮起来确实没水垢。”一位居民说。

记者发现，近年来，济南卫生监督机构已在全市范围内多次开展现制现售饮用水卫生专项监督检查，并对存在违法行为的经营者依法处理，但违规现象仍难以彻底杜绝。

“我们每年都会对全区的社区直饮水进行抽检。按照相关规定，直饮水进入社区公共区域，都应该与物业签订合同，其管道接入城市管网，城市给水管网内的水是经过处理和消毒的，再经过各饮水设备的处理。”济南南市历下区疾控部门表示。

“建立电子监督体系是关键。”山东大学社会学教授王忠武建议，应强制要求设备公示二维码，居民扫码即可查询备案信息、检测报告与维护记录，“通过数字化监管加上定期抽查机制，让违规行为无处遁形”。

记者注意到，当前不少城市还对“现制现售饮用水”的卫生监督站专门立法。

日照、潍坊等地已对全市现制现售饮用水制水设备进行摸底建档，建立“电子档案”，并生成监管“二维码”张贴在设备上。消费者扫码可查看设备的全部备案信息、历史水质检测报告，还能进行问题反馈，卫生监督员则可通过后台，实时查看经营状况并收集处理问题。对此，济南市卫健委相关工作人员回复说，这项工作他们也正在逐步推进。

果然财经

张志恒 济南报道

点外卖时，商家附赠一瓶掌心大小的碳酸饮料；逛超市时，冰柜里整整齐齐码着一口就能吞下的迷你雪糕——如今的消费市场，一场以“小”为核心的商业变革正悄然蔓延。从饮料巨头扎堆推出的随身装、迷你款，到冰淇淋、酒饮赛道纷纷加码小号产品，“Mini经济”凭借独特的吸引力圈粉无数，成为各大企业争相布局的新蓝海。

迷你果汁 小容量、轻负担

作为快消领域的“风向标”，饮料行业早就踏上迷你化征程。可口可乐与百事可乐这两大巨头，多年前就推出便携随身装，精准踩中消费者对“小容量、轻负担”的需求。

2024年，可口可乐在中国市场推出200ml口袋装可乐，上市后单月销量突破200万箱。雪碧、无糖可乐、芬达等也纷纷跟进，迷你装矩阵迅速成型。

果汁赛道的老牌玩家汇源，更是早早就嗅到迷你化商机。2016年推出250ml迷你装果汁。“大瓶喝不完，拎着还沉，小瓶刚好够一次喝，价格也便宜。”不少消费者的评价，道出迷你装饮料的核心优势。

冰淇淋与酒饮行业也敏锐捕捉到这一市场信号，迅速跟上节奏，掀起属于自己的迷你化热潮。

迷你冰淇淋： “嘴馋”最解

“夏天想吃冰淇淋，又怕一次吃太多……”这大概是消费者的共同烦恼。而迷你冰淇淋的出现，成为破解这份纠结的“最优解”。

今年夏季，盒马自营迷你雪糕“闪亮登场”。记者在盒马线下门店看到，“迷你水果棒冰组合”“生牛乳雪糕组合装”整齐陈列在冰柜中——每盒定价分别为24.9元和29.9元，规格均为18支。在盒马APP上，仅一家门店的线上月销量就突破了1.5万单。

不只盒马，德芙、光明、奥利奥、和路雪等知名品牌也纷纷加入“迷你雪糕大战”。欧睿国际曾给出预测：50ml及以下尺寸的包装冰淇淋，将成为未来几年最具潜力的细分品类，预计未来4年年复合增长率可达7%。



在济南，本土品牌群康的迷你甜筒销售也非常火爆。这种按斤称重的迷你甜筒，单个重量仅50克左右。“自从推出迷你甜筒，销量一直涨，最火的时候，一辆直营车一天能卖8万支以上！”品牌工作人员介绍。

小瓶酒大生意， 一口「微醺」拿捏年轻人

企业争相布局“一人食”市场，重塑快消行业竞争格局

酒饮行业迷你化趋势同样明显。在KKV等百货零售店内，货架摆放着30—50ml小酒版，涵盖威士忌、伏特加、白酒、梅酒等多个品类。有些品牌还准备了调酒配方。淘宝发布的《2023年度小罐酒报告》显示，自2023年6月以来，平台上330ml以下的酒销量环比增长超过40%。

“小罐酒”的核心消费群体，正是那些“喜欢喝酒但酒量小”的人。朋友小聚时分着喝，加班后回家独饮一杯，甚至外出露营时随手带上两瓶，社交属性变得更轻松、更随意。

因此，众多知名品牌纷纷布局小酒市场。茅台电商App“i茅台”上线了迷你飞天53度100ml贵州茅台酒；郎酒在2023年发布的百亿兼香战略中，将小郎酒放在重要位置，2024年销售额已突破30多亿元。研究机构发布的数据显示，小酒市场容量占据光瓶酒市场25%的份额，高达150亿元左右，并且会保持15%—20%的高速增长，呈现量价齐升的局面。

一人食市场规模 今年将突破万亿

民政部数据显示，目前中国单身人口超2.4亿。中研普华产业研究院数据显示，一人食市场正快速增长，2024年市场规模达8000亿元，2025年将突破万亿，复合增长率约22%。对于独居消费者而言，小包装产品恰好满足了他们少量、精致的消费需求。

再者，如今消费者越来越关注“吃进去的热量”，而小包装能帮大家更好地控制摄入量。

对企业而言，推出小包装产品，不仅是对消费需求的被动响应，更是一种主动的商业战略布局。同时，小包装产品容量小，消费者使用周期短，更易产生复购行为，拉长品牌的“利益链条”。

从饮料到冰淇淋，再到酒饮、食品，“Mini经济”的触角还在不断延伸。这场以“小”为核心的消费变革，不仅改变着消费者的日常选择，也在重塑快消行业的竞争格局。

◀ 小瓶酒如今备受年轻人青睐。