

让食品“小标签”发挥大作用

优化预包装食品标签标识,让食品生产日期、保质期等信息易找到、看得清,有助于营造更放心的食品消费环境,引领行业健康发展

食品标签,在生活中很常见,有时又“难看见”。消费者好不容易在食品包装上找到了标签中“生产日期”那一行,发现还需要“见包装喷码处”,翻了一圈找到了“喷码处”,又正好是包装拼接的地方。数字喷码要么太小,要么不清晰,经过仔细辨认知道了生产日期,还要再回头去找“保质期”。如此反复,才能搞清楚食品是否还在保质期内。

随着人们对高品质生活和高质量食品的需求不断增长,消费者向市场监管部门反映食品标签上生产日期和保质期“不好找、看不清、不易算”等问题逐渐增多。前不久,国家市场监督管理总局印发《关于鼓励食品企业优化预包装食品生产日期和保质期标签标识的公告》,推动食品企业改进包装,明确提出,采用“见包装物某位置”的形式标注生产日期和保质期的,其位置应当清晰明显、描述准确、易于查找。

标签虽小,却有助于守好食品安全底线。食品标签上标注的生产日期、保质期等内容,是企业向消费者传递食品信息的重要方式,承载着保障消费者知情权、选择权的重要功能,对食品安全具有重要意义。然而,现实生活中,各类食品包装形状、材质不同,生产日期和保质期标注的位置也不统一,有的不易查找。有商家甚至通过缩小字体、色彩掩

盖等方式,故意让消费者“忽视”保质期等重要信息,误导消费。这样的行为侵犯了消费者合法权益。优化预包装食品标签标识,让食品生产日期、保质期等信息易找到、看得清,有助于营造更放心的食品消费环境,引领行业健康发展。

用好食品标签,也能帮助提升营养健康高线。今天,人们对食品的需求已从“吃得饱”转向“吃得好”“吃得健康”。标签信息可以帮消费者更好地了解产品信息,优化消费选择。2023年,上海在一些超市开展含糖饮料健康提示标识试点,用“红橙绿”三色标识给饮料分级:红色建议“少喝或不喝含糖饮料”,橙色提醒“每日添加糖少于25克”,绿色指导市民看懂营养成分表。有消费者表示,有了这个标签之后,每天会稍微克制一下糖分的摄入。用好食品标签,可以帮助消费者养成更加健康的生活方式;而消费者“用脚投票”,反过来又能倒逼食品企业优化供给。

标签还是展示企业竞争力的重要载体。如今,消费者对食品安全、健康的需求越来越高,一些食品企业顺应趋势,优化食品标签,有的还推出食品数字标签。比如,有婴幼儿配方乳粉企业在每一罐奶粉底部加喷二维码,消费者通过手机等移动设备扫描二维码,就可以获取更多食品信息。和传统标签相比,数字标签可承载的内容更多,消费者可以通过页面放大、语音识读、视频讲解等功能,便捷地获取食品相关信息。食品企业想在市场竞争中脱

颖而出,不妨以食品标签为抓手,向消费者更好展示自家产品的优势。

“小标签”能发挥大作用。优化食品标签标识,是筑牢食品安全防线、满足人民群众美好生活需要的题中应有之义,也是推动食品产业高质量发展的必然要求。做好这样的关键小事,将给群众带来很强的获得感。 来源:人民日报



盯紧抓实 凝聚共识 推进徽行县域机构 高质量发展

为贯彻落实徽商银行2024年度县域机构高质量发展工作推动会议精神,持续增强徽商银行淮南分行县域机构的竞争力和影响力,淮南分行党委盯紧抓实、凝聚共识,扎实推进县域机构高质量发展。

调研走访摸实情,筑牢高质量发展之基。5月10日,徽商银行淮南分行主要负责人带队赴县域机构重点客户单位开展高层拜访,共谋银政合作新局面。随后到县域机构开展专题调研,现场查看县域机构经营场所环境和员工生活环境,重点听取支行县域高质量发展规划的推进情况及下一步工作计划,提出具体指导意见,要求县域机构持续优化人员配置,拓宽零售渠道,推进项目储备与管理,加强风险管控,做好合规经营。

践行责任谋发展,激活乡村振兴之水。5月8日,徽商银行淮南分行党委组织开展党建引领信用村示范点专题调研,并在寿县涧沟镇涧沟村举行现场座谈会。徽商银行淮南分行相关部门主要负责人实地考察信用村建设情况,与驻村帮扶干部进行深入交流,了解信用村建设以来各项业务合作情况,并就持续深化党建引领信用村建设、提升金融服务效能、赋能乡村振兴等方面交换意见,共同探索抓党建促乡村振兴的新途径。

加强指导促转型,构筑优化升级之路。徽商银行淮南分行党委贯彻落实行党委“转型、创新、改革、发展”的总体要求,坚决执行县域机构高质量发展相关工作部署,以九大提升工程为抓手,组织分行相关牵头部门赴县域机构对个人资产业务提升进行专项督导帮扶,指导县域机构结合当地经济金融环境、资源禀赋等实际情况,稳存量、拓增量,扩大个人信贷产品客群覆盖面,持续提升市场份额。

立足县域、扎根县域、服务县域,下一步,徽商银行淮南分行将坚决贯彻落实行党委各项决策部署,统筹协调、形成合力,稳妥、有序、高效推进县域机构高质量发展。 本报通讯员报道

带着“宠物”去旅行? 精细化养宠趋势催生旅游新业态

随着人们生活水平的提高和休闲方式的多样化,宠物不仅是家庭成员之一,更是主人们生活中的重要伙伴。因此,越来越多的宠物主人开始寻求能够带宠物一起出游的方式,以丰富生活体验。

“宠物旅游团”应运而生,据悉,这种旅游团通常会选择适合宠物活动的景点,确保宠物们能够在旅途中尽情玩耍。同时,旅游团还会提供专业的宠物护理和照顾服务,确保宠物的健康和安

全。在选择上,据悉,宠物旅游团有一日的短途游、两三日周边游、十日左右的长途游和出国游。宠物主人可以选择大巴、自驾、飞机等交通方式。此外,还有机构组织携宠徒步、宠物露营等城市周边游活动。

在花销方面,根据记者的调研,以某平台上北京往返秦皇岛的携宠旅游活动为例,单人携宠价格约为1700元,双人携宠则约为2600元,费用包含往返大巴车、一晚酒店住宿、保险和跟拍等相关服务。

长途旅游则因需乘坐飞机等交通工具,费用也相对较高。以上海到三亚的行程为例,仅飞机座位费就需要4000-4000每个座位。据悉,这种行程被称为“宠物包机游”,主人可以携带宠物狗一起上客舱,让其坐在旁边,整个舱内没有其它非

携宠的乘客。

多位宠物主人称,个人携带宠物出游经常面临公共交通、景区酒店等“禁止宠物入内”的困境,这种宠物旅行团不仅解决了出行难题,还满足了宠物和主人的社交需求。

在精细化养宠趋势已经愈发明显的趋势下,宠物旅行团正在成为旅游行业中一个不断增长的细分赛道。天眼查专业版数据显示,截至目前,现存与宠物经济相关企业410.7万家,其中,2024年1-4月,新增注册相关企业54.3万余家。

从地域分布来看,海南、广东以及浙江,三地所拥有的宠物经济相关企业位居前列,分别有96万余家、34.7万余家以及33.7万余家。

从成立时间来看,51.3%的相关企业成立于1-5年内,成立于1年以内的相关企业占41.6%。

另据天眼查投融资数据显示,自2024年1月以来,与宠物服务相关的融资事件已发生6起,融资金额超2亿元。

业内人士指出,“宠物旅游团”这一新兴服务模式的兴起,确实反映了当代“铲屎官”们对宠物生活品质的高度重视。这一现象不仅体现了宠物主人们对宠物的深深关爱,更折射出中国民众收入的提高和消费能力的不断增强。 来源:环球网

