

从国家统计局近日公布的数据可以看出,今年以来,食品价格涨幅呈现出稳中回落的态势,那么,当前市场上鲜菜、猪肉等主要食品价格正在发生哪些变化?



春菜大量上市 猪肉价格回落

蔬菜等产品价格波动下行市场供应充足

近日,从北京新发地农产品批发市场获悉,3月份至今,近七成的蔬菜价格出现下降,近期像茄子、尖椒、豆角,由于产地供应量增加,价格加速下行。

据北京蔬菜商户张大庆介绍,现在茄子是辽宁的、山东的、河北的,哪儿的都有,价格比前段时间有所下降。现在一斤一块八左右,上月一斤两块三左右。由于去年蔬菜价格普遍偏高,种植户收益向好,大大提升了生产积极性,今年春季蔬菜的种植面积普遍增加。

中国农业科学院农业经济与发展研究所副研究员朱宁认为,3月份产蛋鸡的存栏量大约在11.6亿只,处于往年同期的中高水平,鸡蛋市场供给还是比较充足的。需求方面,鸡蛋消费处于低谷期。总的来看,鸡蛋供给充足,需求不振,使得3月份蛋价环比下跌。

据农业农村部监测,3月份全国鸡蛋批

春菜大量上市 菜价总体平稳

在国内最大的蔬菜集散中心山东寿光,据了解,入春以来,天气转暖,北方春菜上市量有所增加。这几天,进入市场的蔬菜品种和货量明显增多,经销商纪振男表示,近期菜花的批发价格略有下降。

不仅是菜花,受春季蔬菜开始上市的影响,油菜、韭菜、香菜、鲜蒜薹等蔬菜价格也都呈现出不同程度的下降。寿光蔬菜价格指数显示,上周蔬菜价格指数环比跌幅

猪肉价格持续回落 成品猪存栏量持续增加

猪肉价格在CPI中的权重最高,对CPI涨幅的影响也最大,当前,市场上猪肉价格具体情况如何?

在江西,通过走访了多家农贸市场了解到,市场上的猪肉价格持续回落,3月底至今,价格降幅有所加大。

据江西省上饶市信州区八角塘农贸市场猪肉零售商许大纲介绍,肉价这段时间掉得蛮厉害的,像五花肉和腿子肉都卖18块钱一斤,以前要卖到二十几块钱一斤。与正月相比,一斤下滑了五六块钱。

发价、零售价分别为每公斤8.20元和9.69元,环比分别下跌6.82%和6.83%。

猪肉是老百姓菜篮子里的主要产品,目前市场上的猪肉价格如何呢?据北京新发地市场猪肉商户介绍,今年春节至今,猪肉价格呈现波动下行态势。

3月份,新发地市场猪肉价格比较2月份下降11%,同比去年下降29%。据介绍,目前猪肉价格正处于下降区间,主要是生猪产能恢复,猪肉上市量明显增加。

根据农业农村部对全国500个集贸市场监测,3月份最后一周,全国猪肉价格每公斤42.53元,连续10周下降,同比下降23.7%。据介绍,去年以来各地落实生猪稳产保供政策措施,全国生猪产能加快恢复,2月末,全国能繁母猪存栏量相当于2017年年末的95%,全国生猪存栏量继续保持在4亿头以上。从大趋势上看,猪肉供应最紧张的时期已经过去,后期供应会越来越宽松。

寿光地利农产品物流园价格指数分析员陈静介绍到,从蔬菜价格定基指数的走势图来看,上周蔬菜整体价格呈现一个平稳下滑的态势,主要的原因是气温回升以后,各地春菜大量上市,各地市场能够自给自足,同时,随着气温回升之后,蔬菜的产地也由南方逐渐地向北转移,茄果类、瓜菜类蔬菜集中上市。

江西省商务厅最新数据显示,目前生猪价格已连跌8周,今年以来累计下跌三成左右。在江西省生猪养殖大县——万年县,近期生猪产能快速恢复,生猪出栏量不断增多。

江西省万年县生华养殖场场长毛小敏表示,去年开始生猪养殖企业恢复了生产,还有一些新养殖户加入了,增加了成品猪存栏量和市场投放量。节日过后,猪肉销售相对来讲进入一个淡季,目前生猪销售价格大概是每公斤22元左右,较春节期间每公斤下跌12元。

首批5家知名老字号入选 线上“北京品牌馆”

本报讯 近日,东城区联合阿里本地生活服务公司打造的饿了么线上“北京品牌馆”正式启动,东城区内5家知名老字号品牌门店成为首批入选商户。入选商户将享受平台的流量扶持、运营支持和商家运营培训等服务,形成品牌口碑,打造东城消费新名片。

“北京品牌馆”位于饿了么APP的休闲娱乐模块下,点击进入后可以看到首批上线的5家知名老字号,包括都一处(前门店)、全聚德(前门店)、天兴居(鲜鱼口店)、便宜坊(新世界店)、森隆饭庄(崇文门新世界店)。其中便宜坊是商务部首批认定的“中华老字号”,其焖炉烤鸭技艺被列入国家级非物质文化遗产名录;森隆饭庄前身为“四时春餐厅”,主要经营淮扬菜,同时还经营英法俄式西餐大菜和中式素菜;都一处烧麦馆始建于清乾隆三年,从和面到成熟共16道工序,用走槌压出的24个花褶代表24个节气。

“这五家商户都是驰名全国、享誉世界的老字号品牌,蕴含着老北京风味,具有深刻的文化内涵,能充分体现东城

商业的品牌特色。”东城区商务局相关负责人介绍,未来东城区还会从餐饮、美发、服饰、文创等各个业态中甄选更多优质品牌入驻“北京品牌馆”,例如“四联美发”、盛锡福等,进一步打造东城数字化消费的新高地。

据了解,“北京品牌馆”以“政府+行业协会+平台”形式推进,对入选“北京品牌馆”的商户给予流量扶持、运营支持和商家运营培训等服务,支持差异化主题促销,形成品牌口碑,打造东城消费新名片。

“商家通过网络平台强势赋能,增加曝光,吸引流量,提升热度,为商家线上线下带来客流和营业收入;消费者则可以通过‘北京品牌馆’的推荐,享受到高品质的特色商品。”饿了么相关负责人介绍。

下一步,东城区商务局、东城区商联会将持续推进与饿了么的合作,聚焦合力推动餐饮零售业全面数字化建设,吸引更多优质品牌资源入驻,促进区域商业服务业数字化升级,进一步提升餐饮及服务行业消费潜力,加速推进数字生活新模式,切实推动行业可持续、高质量发展。

(据北京东城)

北京老字号里出了个“豆腐西施” 日常工作是“闻臭”

早上8点,王致和公司研发品控中心员工赵慧准时来到实验室,今天的备检产品是臭豆腐。气味可以直观展现臭豆腐的品质,“闻臭”便是赵慧日常工作的重要内容之一。

此外,根据行业标准,臭豆腐的水分、盐分、总酸、氨基酸态氮、大肠菌群等理化指标在出厂前都要一一检测,检测部分指标时,还需要将样品先煮沸再冷却至室温后才能进行。

今年是赵慧在王致和工作的第10个年头,她的工作是原辅料、半成品和成品的质量检验。2010年,位于王致和公司内的北京市腐乳科普馆建成后,赵慧因长相甜美、亲切温和,成为科普馆的讲解员之一;2020年疫情防控期间,王致和公司开创网红商学院培训课程,赵慧又从30余人中脱颖而出,成为企业直播带货的主播,同事们都亲切地称她为“豆腐西施”。

“作为质量检验人员,我工作的意义就是做食品安全的守护者。而老字号想要跟上时代发展的脚步,还需要不断转型,直播的方式能让更多人近距离感受老字号的魅

力。”赵慧说。

“王致和的腐乳酿造技艺属于毛霉发酵的制作工艺,已经有350余年的历史,臭豆腐则是腐乳家族里最具独特风味的代表。”在直播间,赵慧已经把王致和非遗传承的历史故事记得滚瓜烂熟。对于她来说,直播不仅仅是为了带货,而是想向更多人介绍王致和背后的历史文化和非遗技艺。

在“触网”的过程中,王致和也迈出了从“老国货”向“新国潮”华丽转身的步伐。“去年端午节的一场直播带货活动,全网几十个主流平台同时跟进,最多时有100多万人同时在线观看,累计观看达到600多万人次。”赵慧回忆说。在北京市商务局举办的2020年首届北京网络直播大赛上,王致和公司又在老字号组中冲入前10名。

“腐乳是我国传统的发酵食品,腐乳制作的非遗技艺也是老祖宗留给我们的宝贵财富。作为王致和公司的一员,我们有责任也有义务守护好这块瑰宝,不断将老字号发扬光大。”赵慧说。

(据《北京日报》)