

## 套袋水果病害少、身价高,目前我市苹果、梨、葡萄等主要水果套袋率超过95%

# 水果“穿外衣” 优质赢市场

昨日从市农业部门获悉,目前,我市主要水果的套袋率已超过95%,基本实现全套袋,这些穿着“外衣”的水果不仅食用健康、“长相”漂亮,身价也很可观。

### 主要水果基本实现全套袋

市园艺工作站高级园艺师樊合信介绍,所谓水果套袋通俗地讲,是指在水果生长的特定时期,用袋子将果实套起来,以提高果实的质量。我市目前的水果种植总面积达73万余亩,其中,苹果、梨、葡萄三种主要水果的种植面积就达48万亩左右。

水果套袋技术最早是20世纪50年代从日本兴起的。20世纪90年代末期,我市水果种植开始尝试引进水果套袋技术,最早在洛宁县的苹果种植上进行试验,当时引进日本生产的套袋——小林袋,每个套袋的成本价最高达0.15元。

此后,随着套袋水果的市场认可度逐渐提升,水果套袋技术开始被越来越多的果农接受,2007年前后,我市开始在洛宁

的苹果、孟津的梨、偃师的葡萄等主要水果品种上推广水果套袋技术,水果套袋率逐年增长。“截至目前,我市主要水果套袋率超过95%。”樊合信说。

目前正值我市水果上市前集中套袋之时,近日,偃师市缙氏镇葡萄园中的一串串葡萄纷纷被套上纸袋。“继5月下旬苹果、梨纷纷完成套袋后,葡萄也刚刚完成套袋,鲜美可口的本地优质葡萄、苹果、梨将从7月开始陆续上市。”樊合信说。

### 套袋水果病害少、身价高

樊合信说,与普通水果相比,套袋水果有许多优点,目前,套袋水果已成为进入重要水果市场的“通行证”,我市大多数超市、农贸市场里销售的苹果、梨、葡萄等,商家都要求是套袋水果。

套袋水果可明显降低病虫害的发病率,进而降低农药的使用量,不仅食用更健康,对环境保护也有好处。1997年,我市农业部门曾在洛宁县对套袋水果的病虫害发生情况进行监测,结果显示,套袋

水果的病虫害率比普通水果的病虫害率降低了14.44%。

套袋水果由于将果实与外界相隔离,果实不受风吹日晒等恶劣天气的影响,果面更加光洁,黑色的果点明显减少;此外,由于在袋子的遮盖下,果实中的叶绿素含量明显降低,可使果实更易着色。这样果实的外观更加光鲜亮丽。

套袋也有助于提升果实的口感,在袋子的保护下,果实将最大限度保持水分,果实吃起来肉质更细腻多汁,更加清脆。

此外,套袋后的果实因外表洁净、色泽艳丽,更能提升水果的经济效益。以红富士苹果为例,对洛宁、嵩县、偃师等地套袋苹果的调查数据显示,套袋红富士每公斤的售价比不套袋的高出2元左右,以每亩产果1000公斤计算,除去成本,果农每亩地将增收2000元左右。

### 提升套袋技术,靠优质赢市场

目前,套袋技术已成为优质水果的必

要条件之一,近年来,我市优质水果在全国水果市场中也创出了自己的品牌,如洛宁县的上戈苹果成为河南省名优农产品,孟津梨获得农产品地理标志认证,偃师缙氏成为国家林业局认证的中国葡萄之乡……正是靠着“优质”这张王牌,洛阳水果的名气越来越大。

业内人士建议,我市水果套袋不仅应扩大果品种类的范围,而且要拉长产业链,带动相关行业发展,提升、优化套袋技术。以所用的袋子为例,目前,我市每年所需的套袋数量为1亿至2亿个,但我市目前还没有形成规模化的套袋生产企业,所使用的苹果套袋大多从三门峡等地购进;葡萄套袋虽大部分由本地生产,但多数属于小作坊式生产,套袋的质量及技术含量有欠缺。

此外,目前我市水果套袋技术虽有很多优点,但受技术条件限制,套袋水果的可溶性固形物略有降低,如糖,这会略微影响水果的口味,可通过与研究单位的合作,提升、创新套袋技术,优化果实风味,赢得更大市场。

本报记者 赵佳 通讯员 田玉广

## 婴幼儿乳粉行业三大问题待解决

工业和信息化部消费品司副巡视员高伏18日表示,我国婴幼儿乳粉行业还存在着粗放型增长方式尚未根本转变、一些企业管理水平偏低、企业诚信制度建设滞后等三大问题,这些问题严重影响国内乳粉的有效供给,抑制了人民群众对国产乳粉的消费信心。

高伏在“全国食品安全宣传周”工信部主题活动日上透露,我国婴幼儿乳粉行业产业集中度低,目前全国有婴幼儿配方乳粉生产企业127家,年产量约60万吨,但是年产量在3万吨以上的企业仅有3家。从国内市场看,国产婴幼儿配方乳粉品牌仅占高端产品份额的20%到25%,国内婴幼儿乳粉行业生产资源、管理资源和市场资源分散,面对新的生产方式变革环境和全球化竞争挑战,凸显适应性不强和企业竞争力弱等短板。

此外,我国婴幼儿乳粉企业在管理规范、现代化管理和基本制度建设等方面良莠不齐,质量安全基础不稳固。“比如婴幼儿乳粉行业新国标,国家要求在2010年12月31日以后强制执行,但是我们了解到,在一些企业,还没有得到贯彻实施,婴幼儿乳粉质量安全追溯管理体系的建立不在少数企业还处于起步阶段。”

同时,部分企业在素质提升、主观自觉方面还比较欠缺。“个别企业为牟利不择手段,损害了人民群众利益,败坏了婴幼儿乳粉行业的声誉。”

(据新华社北京6月18日电)

### 相关链接

#### 蒙牛收购雅士利 已获75.3%控股权

18日,蒙牛乳业与雅士利联合宣布,蒙牛乳业向雅士利所有股东发出要约收购,并获得控股股东张氏国际投资有限公司(简称“张氏国际”)和第二大股东凯雷亚洲基金全资子公司CA Dairy Holdings(简称“CA Dairy”)接受要约的不可撤销承诺,承诺出售合计约75.3%的股权。

公告显示,张氏国际和CA Dairy签订不可撤销承诺,两家公司承诺接受要约出售其持有的雅士利51.3%和24.0%的股份。这是迄今为止,中国乳业最大规模的一次并购,也是蒙牛乳业在奶粉领域发力的重要信号。

蒙牛乳业总裁孙伊萍指出:“对于两家公司而言,这不仅意味着合作与互补,更意味着我们要共同对消费者承担起更多的责任。并购后将保留雅士利的独立运营平台,使其保持作为从事奶粉业务的专业公司,未来还将通过引进蒙牛乳业的专业知识以及国际产业合作伙伴,进一步将雅士利发展成为一家更加国际化的奶粉企业。”

(据人民网6月18日电)

### 商务部:

## 超八成企业盼汇率稳定

海关统计显示,5月我国外贸出口1827.7亿美元,同比增长1%,进口则下降0.3%。在18日商务部举行的月度例行记者会上,商务部新闻发言人沈丹阳表示,增速大幅下降是当前外贸形势严峻复杂的真实反映,是多重因素叠加作用的结果。根据企业反映,人民币升值和外需不振是制约出口的两大主因。

“前4个月中国外贸的增长相当程度得益于去年以来实施的外贸稳定政策和部分外需市场的回暖,但是这些有利因素到了5月就基本消化殆尽。”沈丹阳说。

他说,当前日本等国竞相实施量化宽松的货币政策,导致包括中国在内的一些国家的货币被迫大幅升值,今年以来人民币对日元汇率升值超过13%,人民币实际有效汇率屡创新高对中国企业出口签约和利润产生了较大的负面影响。

根据商务部近期对千家重点联系企业进行的问卷调查,多达85.5%的企业希望保持人民币汇率稳定。

(据新华社北京6月18日电)

## 选购蚕丝被 请您擦亮眼

蚕丝被清爽透气、贴身暖和,不少人喜欢在夏季空调时盖着它保暖。市工商部门提醒,购买蚕丝被时,应仔细鉴别产品真伪。

日前,市民王女士向市工商局12315指挥中心投诉称,她在一家商场内购买了一床蚕丝被,回到家才发现,实物与外包装上的标志不一样。王女士找商家理论,商家称是服务人员不小心将货品装错了包装盒,但拒不退货。经工商部门调解,商家向王女士道歉,并为其调换了商品。

市工商部门的工作人员说,产品质量的好坏,有时候从产品外包装上就能看出端倪。以蚕丝被为例,正规商品的包装上都有产品型号、洗涤方法和面料质地的说明。消费者在购买此类商品时,只需查看产品标志就能清楚产品的品牌、产地、型号、规格、联系电话以及是否拥有合格证、品质认证标志等。对于信息不全的商品,消费者最好不要购买。

市场上蚕丝被产品种类繁多,产品质量也参差不齐。高品质的蚕丝被中的蚕丝,色泽如珍珠般光亮,而且蚕丝排列整齐有序。品质较差的蚕丝被,其中的蚕丝可能会经过漂白处理,没有光泽,且含有较多杂质,蚕丝排列也很凌乱。用手摸时,高品质蚕丝柔顺而富有弹性,品质较差的蚕丝则手感粗糙,质感较硬。

消费者在挑选蚕丝被时,“闻一闻味道”也很重要。如果有刺鼻的异味,就可能含有甲醛残留,不宜购买。蚕丝被被套的颜色也应浅色为宜,这样甲醛、色牢度超标的风险会小些。对于颜色较深的床上用品,可以用餐巾纸在印花或染色布面上摩擦几次,如果明显沾上了颜色,则说明该产品色牢度不好。 本报记者 王蕾



## 越来越多的商家开始利用微博进行营销,随之出现靠转发中奖信息获得收益的网友群体——

# 微博营销活动催生“中奖控”

### 核心提示

如今,随着商家不断涌入微博平台进行营销,喜欢参与“转发中奖”的人们越来越多,不少人更被称为“中奖控”。专家表示,市民参加抽奖活动应注意鉴别信息,维护个人隐私。

## 1 刷微博,她中了仨手机

今年六一儿童节,网友“爱在天际”通过微博为儿子抽中一套玩具。作为经常参加微博抽奖活动的老手,他已经通过微博为儿子赢得不少奖品。

网友“阳光不锈”也是个“中奖达人”。第一次参加本地一家商场举办的微博元宵猜灯谜活动,用手机抢答的她原本只是玩玩,没想到中了一箱八宝粥。

小小的奖品让她成就感倍增,碰见感兴趣的活动就会参加“转发”。她在微博上中了十几次奖,奖品也很丰富,有3个手机、1个平板电脑、充电宝、煮蛋器、话费、优惠券……

## 2 微博营销催生“中奖控”

记者在网搜索发现,早在2011年2月,就有被称为“中奖控”的网友总结经验发布了“微博抽奖全攻略”,详细介绍微博中奖窍门,受到诸多网友推崇。

“多参加同城活动,反应快、抓主题,获奖后记得晒产品,获奖概率就大一些。”“阳光不锈”说,自己是个微博控、手机控,但还称不上是“中奖控”。在她看来,自己得奖的优势在于原创微博多、有自己的风格特色、粉丝互动较频繁。

“但现在中奖越来越难了。”网友“爱在天际”说,除了参加抽奖的人数激增,还存在不少恶意刷奖的“机器人”,这些账号通过后台程序控制,大量转发,增加中奖概率。

## 3 参加抽奖需注意信息安全

“阳光不锈”表示,中奖的确会带来惊喜,但在参加活动时,也应注意辨别活动信息,保护个人隐私,以免受到垃圾短信或推销活动的“骚扰”。

如何鉴别微博抽奖活动的真假?河南科技大学管理学院电子商务系主任郭献强表示,在参加微博抽奖活动时,第一,可通过链接进行鉴别,看是否发布于官方平台。第二,不管参加什么活动,都要有“天上不会掉馅饼”的思想,如果奖品过于丰厚,就要提高警惕。如果并未参加活动就中奖,或中奖后要缴纳纳税款、定金

或者邮费,就很有可能是虚假活动。

郭献强说,微博成为新兴的营销平台,不论是有奖转发还是优惠活动,企业最大的目的都是提升曝光量,通过奖品吸引大家注意。因此,企业在进行此类活动时,需要明白自己的“潜在客户群”,活动的方式、语言、产品诉求也要围绕此展开,借助其他微博账号运营时,也要注意粉丝是否和自己的目标群体相吻合,这样才能达到关注和效益最大化。否则,活动会遇到网友关注奖品而忽视产品的尴尬。 本报见习记者 武怡晗

### 相关链接

#### 当心: 钓鱼网站盯上微博中奖

今年4月,国家计算机病毒应急处理中心通过对互联网的监测发现,大多数计算机用户在登录微博时常常会收到提示自己中奖的转发消息,点击信息中附加的短链接地址后,便打开登录到一些假冒的微博活动中奖Web页面。这些以中奖为名自动推广的Web网站实际是钓鱼网站,页面中嵌入了恶意代码指令。

分析发现,此类信息的格式很简单,均为中奖提示加短链接地址。一旦计算机用户打开这些短链接,就会进入事先设计好的钓鱼网站,导致计算机用户个人信息数据信息遭到窃取,甚至经济受到损失。与以往出现的微博钓鱼、微博诈骗不同的是,此种新型的钓鱼信息是由计算机操作系统自动发送的,具有短时间内大面积扩散、内容格式相同、钓鱼网站类型固定等特点。

目前,互联网中可搜到大量的微博“自动广播工具”“自动转发器”等软件,恶意攻击者通过这些程序软件,大批量地进行网络钓鱼和病毒传播。(据新华网)

#### 雷人: 300天微博中奖248次

上海女网友“王小亚”,10个月内在微博上参加近3000次抽奖,中奖达248次,引来众多网友围观。

让网友们“羡慕嫉妒恨”的是,“王小亚”在2011年的1月24日、3月29日、3月30日,连中3台ipad。所中奖品里还有更雷人的——2011年4月21日,“王小亚”中了一张已经不流通的、面值10万元“津巴布韦币”。网友戏称她也体验了一把当“亿万富翁”的滋味。(据《武汉晨报》)

## 进入6月,众多经销商为完成上半年销售任务,纷纷加大促销优惠力度——

# 车商年中“赶考” 打响价格战

随着6月车市中考的到来,无论是高端豪华品牌,还是中低端品牌,纷纷加大促销优惠力度,集体打响了价格战。

新区政和路一家经营高端豪车的汽车4S店,某款热销豪华型轿车打出了“最高享受现金优惠3.8万元”宣传标语,其标准型与舒适型也推出了享受现金2万元至2.8万元的优惠。西工区汉官路一家合资品牌的汽车4S店,一款价位在10万元左右的车型,推出了最高优惠1.2万元的促销活动。不少自主品牌也普遍推出了8000元至1万元的降价促销活动,

除了现金优惠外,还有车商推出了团购以及“零首付、低利率”“零利率贷款”等促销活动。

采访中记者发现,虽然近期降价幅度有所拉大,但多数热销车并没有降价,降价的基本是传统的车型,或者是一些销量不好的新款车型在做特价销售。

“年中的这股‘降价风’是为了降低车商的库存并冲上半年的销量。”一家自主品牌汽车4S店相关负责人李杨说,今年一季度,全国的汽车销量同比有了明显增长,受此影响一些厂家纷纷扩大了上半年产能。但从5月下旬开始,车市逐渐进入

淡季,车商的库存压力增大,特别是自主品牌的库存压力明显高于合资品牌,供大于求让车商不得不降价卖车。

另外,每年6月都是厂家半年考核节点,经销商为了完成上半年的任务量,都会加大优惠幅度。“年中考考马上就来了,我们希望在6月底之前能交出好看的销量成绩单,这样就能给下半年减压。”九都东路某汽车4S店的销售人员说,几乎所有厂家都会要求经销商在每年的6月做年中冲量,以便交出漂亮的年中销售业绩。为了获得更高的返点政策,经销商即使有很高的库存,也会硬着头皮从厂家提

货。

某合资品牌汽车4S店负责人苗培说,6月、7月、8月是传统的销售淡季,经销商只有大搞促销,才能确保资金回笼。

本报记者 戈晓芳

