

## 百事、可口可乐涨价，结束“3元”时代——

# 重庆本土饮料品牌如何抓机遇抢市场

□ 重庆日报记者 杨骏 邱小雅

“老板，有冰的百事没得？”8月26日，渝北区湖山路喜洋洋便利店，一名满头大汗的男子走了进来。

“有啊，你自己拿，一瓶3块5。”老板冉国庆回答。

“不是3块吗？你们卖得贵点呀？”

“不是，到处都涨价了，你可以随便去问。”

类似场景，这两个月几乎每天都会在这家便利店上演。冉国庆说，从今年5月起，百事可乐和可口可乐批发价就涨了，因此零售价也只有跟着涨。

百事与可口两家全球可乐巨头，为何要在夏季这一销售旺季突然结束维持几十年的“3元”时代？它又会给汽水市场带来怎样的影响？对此，记者进行了调查。

### 成本上涨明显 大部分超市、便利店“两乐”价格已上调

“两乐”的进价到底涨了多少？冉国庆算了一笔账：之前500毫升可口可乐的进货价大约在1.9—2元/瓶，从5月份开始进货价就涨到2.3—2.4元/瓶。再考虑到物流运输、冰柜用电等成本，如果还卖3块一瓶，根本“敷不走”。

记者走访多家便利店、小超市、大型商超发现，“两乐”售价均有所上调，以500毫升的瓶装可乐为例，涨幅在每瓶5毛至8毛。在永辉、重百等大型超市，500毫升的百事可乐卖到了3.8元。“涨了有两个多月了，七喜、美年达也略有调整。”两江新区一永辉超市售货员说。

虽然只有不到1元的涨幅，消费者却感受明显。“夏天本来就是可乐销售旺季，这个时候涨价不太厚道。”可乐“爱好者”陈鸣说，这次涨价虽不多，但他心里也有点不舒服。

冉国庆表示，因为涨价，“两乐”销量比去年同期小幅下降。而南岸区一家小超市的老板则表示，消费者对价格很敏感，进价涨了自己也不敢轻易涨价。“进价涨之前的‘两乐’还有些存货，先把这批按3元继续卖，后面再观望一下市场。”该老板说。

其实，“两乐”之前也“涨价”过，不过是以减量的形式，消费者感受不明显。比如600毫升装改为500毫升，但都没有动过“3元”这个售价。

近些年，汽水行业成本一直在水涨船高。如主要原材料之一的白砂糖，受天气等原因影响，印度、巴西等产糖国家的产量都有下降，拉高了白砂糖价格。去年9月，白砂糖报价达7390元/吨，为近13年新高。重庆市零售商会秘书长王巧玲表示，除了原材料，纸箱、瓶装材料、运输等成本也在不断上涨，这些都直接导致“两乐”无法继续维持之前的“3元”低价。

### 国产汽水品牌“崛起” 大窑、天府可乐等开始“攻城拔寨”

尽管成本有波动，“两乐”也已坚持了几十年，为什么突然就不坚持了？天府可乐董事长蒋林的观点是：市场竞争更大了。他表示，近年来很多国产汽水品牌开始崛起，其中既有北冰洋、冰峰、天府这些重新回归市场的老品牌，也有大窑这样的新军，对“两乐”产生了冲击。

“我们店每个月饮料销量最高的是大窑，然后就是北冰洋。”神火烧烤（爱加星悦荟店）相关负责人说，今年看下来，国产汽水品牌卖得明显比“两乐”好。火城老火锅负责人丁燕也表示，店里卖得最好的饮料就是玻璃瓶装天府可乐和北冰洋，近两年喝“两乐”的人明显少了。记者还走访了不少火锅、烧烤店，几乎每家店的负责人都表示“两乐”的销量比之前要少很多，倒是天府、大窑等品牌卖得越来越好。

“这是消费者对国产汽水，甚至整个国产饮料的认可。”蒋林说，从目前的饮料市场来看，国产饮料已经在很多细分赛道实现了领先，比如矿泉水、苏打水、无糖茶饮等。而一直被“两乐”把持的汽水市场，近年来也在不断迎接国产品牌的挑战。以天府可乐为例。2016年，天府可乐正式回归，目前已在重庆市场站稳脚跟。近三年，天府可乐销售涨幅



永辉超市内，市民在购买冷饮。(资料图片)重庆日报特约摄影 孙凯芳

为60%，占据重庆可乐市场的10%左右，年销售额近1亿元。

“以前‘两乐’哪怕成本涨价，但因为竞争少，销量大，仍然可以维持低价。”蒋林说，但如今众多国产汽水不断“攻城拔寨”，抢夺市场，它们再想维持“3元”这个低价，就不太可能了。

### 抢抓新机遇新渠道 重庆汽水品牌将逐步扩大市场份额

虽然涨价了，但“两乐”在汽水市场还是有绝对话语权。

王巧玲认为，“两乐”涨价可能会导致部分消费者减少购买或者转向其他品牌。但“两乐”品牌忠诚度和市场占有率都非常高，很大程度上能抵消涨价带来的负面影响。

那国产品牌该如何抢抓这波机遇？蒋林的回答是：渠道。

他谈到，“两乐”曾经的“3元”售价，就是

汽水市场最低价。“两乐”涨价后，国产汽水品牌与其价格差距缩小，增加了消费者购买其他饮料的意愿。如此一来，渠道商便愿意引进更多类型的饮料。

蒋林说，渠道拓宽了，提升销量就容易多了。比如近几年，天府可乐、北冰洋等饮料在餐饮渠道方面下了不少功夫，特别是玻璃瓶装这一“口感最佳”的类型，很适合重庆这种“嗜辣”的城市，对“两乐”冲击非常明显。

另一个渠道，则是电商。不久前，“与辉同行”来到重庆，并在直播间带货天府可乐。两天时间，天府可乐的直播间销量破百万元。如何加强在电商渠道的销售，也是国产汽水品牌的重要议题。

市商务委电商处处长唐遥表示，电商能为重庆饮料品牌拓展市场提供重要载体，重庆企业要抓住新机遇抢占新赛道力争新发展。后续，我市将加大线上线下融合营销，提高重庆品牌影响力和市场覆盖面，推动企业多渠道拓展线上门店，鼓励品牌企业通过店铺直播、达人直播等加大品牌线上运营力度。



### 路畅产业兴

昨日，无人机航拍下的大足区拾万镇长虹村民房错落有致，条条道路通往家家户户。近年来，大足区大力推进“四好农村路”建设，不断完善农村路网，将农村公路融入美丽乡村建设和治理的生态体系中，实施“公路+产业”“公路+旅游”等发展模式，将乡村、产业园、农业基地、旅游景点有机串联起来，为群众发展特色产业提供坚实的道路交通保障。

新渝报记者 黄舒 摄

## “代做手抄报”竟成热门生意！

### ——谨防中小学作业中的形式主义

□ 新华社“新华视点”记者 李紫薇 樊欣阳 周思宇

教育部多次发文，要求克服中小学教学中的形式主义。但“新华视点”记者采访发现，一些地方中小学作业依然存在形式主义问题，给学生、家长和教师造成负担。

不少学生时常要完成拍照、拍视频等留痕类作业，以及各种网络课程打卡任务。尤其值得注意的是，困扰学生多年的手抄报类作业任务量仍较多，以致“代做手抄报”在电商平台竟成热门生意，有的店铺销量高达20万单。

### 形式主义“傍上”学生作业

近期，不少中小学生家长和学生向记者反映，一些形式主义作业有增多趋势。这类作业只走形式不走心，让学生“做做样子”，造成不少负担，但并没有实际教育效果。

——手抄报类作业。记者采访发现，形式主义作业中，被诟病最多的是手抄报。

不少家长反映，每逢重要节日，如端午节、国庆节、中秋节，学校都会要求学生制作手抄报。学生推给家长，一些家长往往无奈地通过网购解决。

记者在二手商品交易平台上搜索发现，

“手抄报代画、代做”产品销售火爆，一个自称“半小时交稿、代做儿童画及手抄报”的商家显示已销售超过20万单。粗略统计发现，平台上这样的商家超过100家，其中不乏宣传“回头客超过一万”“9年老店”的店铺。

一名美术老师在某电商平台兼职代画手抄报。当记者询问“会不会画得太好，不像家长和学生的作品”，对方答“老师不会在意的，基本是交了就行”。

——留痕类作业。多名家长说，不少作业需要留痕，视频、录音、手绘、拍照不一而足。

比如，有的作业要求将学生完成过程分步骤拍摄下来，打印成照片贴在作业本上；有的要求家长拍摄后上传至App内，生成二维码贴在作业本上；有的要求家长剪辑作业视频，家长被迫成为“摄像”“导演”。

超过一半的家长说，因部分家庭作业不符合学生实际能力，自己曾帮孩子“应付”过这类作业。

——打卡类作业。记者在采访中了解到，为督促学生在家中按时按量完成作业，不少老师布置了网络打卡类作业。

即使在寒暑假，有的学生也需每日完成跳绳、古诗背诵、练字等打卡，家长需要按时上传学生完成作业的证明。

### 谁在加重学生、家长和教师的负担？

多名小学生家长反映，老师布置的作业量大，让孩子产生了焦虑情绪，常因担心写不完而哭泣。

还有家长表示，为完成各类作业，小学生家里都得配备打印机，对一些低收入的家庭来说是一笔不小的支出。

不少教师对这类形式主义作业也并不认可。西部某地一名小学教师告诉记者，让学生留痕、打卡，也增加了教师负担。老师的很大一部分精力要用在通知、布置各种任务上，占用了本可以放在教学上的精力。

更值得关注的是，不少教师表示，形式主义作业不利于孩子树立正确的人生观、价值观。有家长反映，一些要求观看的视频质量低、内容重复，为了节省时间，孩子或家长常常拉进度条或只播放不收看。孩子可能因此小小年纪学会敷衍、应付，还容易产生对学校教育的不信任。

形式主义作业缘何屡禁难止？

多名受访教师说，手抄报类、留痕类作业有的是上级部门布置的，或者是为了迎合上级部门的要求；有的是为了参加各类评比竞赛，给校方争得荣誉；有的是为了制作学校展板，以展示学校的工作成果。

中部某地一名小学校长说，不得不承认，

很多声称是“孩子们做的”作业，实际上是老师或家长代做的，大家也都知道。学校之间比着向督学、检查的领导展示形象，学生作业无形中卷入了这种竞争。

### 加强管理并改进评价体系

教育部办公厅2021年4月发布的《关于加强义务教育学校作业管理的通知》，直指学校作业质量不高、功能异化等突出问题，明确提出要健全作业管理机制。

西南大学教育学部副部长彭泽平教授等专家认为，教育部门、学校和教师都要更加重视作业的实际教育效果而非形式，要关注学生的成长需求，提高教育教学的针对性和实效性。

“教育部门要改进对学校和教师的评价，避免过度追求指标和排名，检查工作时少看展板多看学生，减少手抄报类、留痕类作业。”彭泽平说，“此外，尽量少布置网络课程任务，确有必要让学生熟悉的，应采取更有趣味的方式吸引学生参与，避免打卡了事。”

(据新华社北京8月27日电)

## 大足“快递进村”建三级物流体系

□ 新渝报记者 熊敏秀 罗婷婷 实习生 赵元元

快递进村是畅通消费品下乡、农产品进城的重要渠道。然而，长期以来，农村物流都面临着配送成本高、时效慢、末端经营压力大等难题，快递进村、特产出村受到了很大限制。但在大足区高升镇旭光村，这样的难题早已成为“过去式”，农村物流体系建设的快速发展，不光为村民们带来了“买买买”的便利，也逐渐成为了助力乡村振兴的有力支撑。

近日，在旭光村的嘿鲜无花果基地，村民们正手脚利落地把无花果放进箱子。这些甜蜜的果子，即将通过村级综合便民服务站发往全国各地。

旭光村农业资源丰富，一年当中，有菌菇、枇杷、无花果等产量大、季节性强的生鲜果蔬陆续上市，如何既能提高这些农产品入城的速度，还能保证质量，一直以来都是村集体经济发展过程中存在的问题。

原来，过去村里因为村民居住较分散，缺乏物流基础设施等一系列硬件设施，导致物流产业无法进行有效运转，物流效率变低，物流网络系统难以形成，从而形成了快递取件难、快递下乡难、产品出村难等艰难局面。

旭光村党支部书记陈凯说：“以前因为农村道路狭窄不平，快递车进村十分不方便，加上农村快递包裹量相对较少，送货进村成本较高，双重困难阻断了快递进村的路，也让我们本土的产品走不出去。”

2021年以来，旭光村积极整修、拓宽村路。今年，村里又坚持以项目为抓手，将“快递进村”项目作为村集体经济发展的切入点，在村委会设立党员快递先锋岗，组建村支部书记为站长、村两委干部等为成员的快递队伍，让农村群众足不出户就可接收快递，农特产品通过村级站点就能销往全国。农产品发出量也由原先的日均200件提升到了500件以上。

陈凯介绍：“我们村采用标准化建设运营模式，设置快递、农产品收购储存、农资储存等专业作业区，配置货架、条码扫描仪、电动三轮车、电子秤等设备，实现了快递进村、农产品出村双向畅通。”

看到村级综合便民服务站有效运转起来了，重庆市嘿鲜农业开发有限责任公司负责人周俊打心眼里高兴，她表示：“现在一接到订单，我们就联系农户采摘无花果，工作人员再根据客户对包装、配送时效的要求进行打包，同时联系快递公司直接就可以从村里发货，时间成本节约了不少。”

旭光村“快递进村”的发展并不是个例。据了解，目前大足已建成区级农村物流中转中心3个，升级改造镇级寄递物流共配中心6个，打造村级综合便民服务站62个，“快递进厂”数量40家、邮快合作建制村覆盖数量30个、整合快递物流企业7家，发展邮快融合线3条、交邮融合线5条，“电商专用、农产品产地直供运输线”5条，实现村级物流网点100%覆盖。

2024年上半年，大足农村地区快递寄递量1783.82万件(收寄量1164.92万件，投递量618.9万件)，达历史新高。当前，大足通过合理设置区、镇(街)、村三级农村物流节点，同时推行“交通+”“快递进厂”等创新农村物流发展模式，不仅让农村“快递到家”变得便捷，也释放了农村地区的消费潜力。

## 到2027年 重庆新增软件企业1万家

8月27日，重庆市经济和信息化委员会发布关于印发《加快重庆市工业和信息化领域现代生产性服务业发展行动方案(2024—2027年)》(以下简称《方案》)的通知。

《方案》中提出，到2027年，初步构建起重庆市工业和信息化领域“2334”生产性服务业发展体系，产业规模持续壮大、服务能力不断增强。其中就包括以下4大目标，即到2027年，全市新增软件企业1万家、“启明星”“北斗星”“满天星”示范企业200家、国家重点软件企业2家，新增智能工厂40个、数字化车间400个、数字化绿色化协同示范工厂40个。到2027年，全市规模以上工业企业研发投入强度提升到2%，创建国家级工业设计中心15家、市级工业设计中心300家，制造业中试中心(平台)30家。到2027年，全市新增服务型制造示范企业10个、示范平台20个、示范项目40个，建设链网平台工厂10个。到2027年，全市制造业贷款余额占全市各项贷款比重提高到10%。制造业功能支撑目标。人才总量突破80万人。建成绿色园区35个、绿色工厂420家、新培育绿色制造综合服务平台5个。国家级工业遗产超过10家。

据重庆日报

## 警惕盗取个人信息的激活医保卡

新渝报讯(记者 张玮 通讯员 廖里)电子医保卡是全国统一医保信息平台的重要组成部分，和实体医保卡拥有一样的功能，适用于医保各项业务。但有不法分子利用老年人或农村地区居民不清楚激活方法，借口激活电子医保卡而窃取群众个人信息予以非法售卖牟利。近日，大足区人民法院一起侵犯公民个人信息案，被告人姜某、任某、袁某等六人因侵犯公民个人信息罪，被分别判处三年至六个月不等的有期徒刑，并处罚金二十万元至五千元不等。

据了解，2023年6月10日至8月15日，被告人姜某邀约任某、袁某等五人共同在大足区宝兴镇、珠溪镇、雍溪镇、万古镇、宝顶镇和铜梁区旧县街道、白杨镇、二坪镇等地的乡村，以给村民激活电子医保为由，在村民不知情的情况下，非法窃取村民的身份证号码、身份证照片、人脸识别等信息为上家提供的支付宝账号进行实名认证，并从中获利。到被查获时，姜某总计从上家获利18万余元，其中用于支付给被告人任某、袁某等人“工资”6.5万余元。

法院经审理认为，被告人姜某等六人违反国家有关规定，非法窃取公民个人信息并提供给他人并从中获利，其行为已构成侵犯公民个人信息罪，应当依法惩处。法院结合被告人犯罪事实、认罪悔罪态度、退赃情况，依法作出前述判决。