

A 宝宝喝奶粉

网传看条形码前缀可知奶粉原产地 45~49代表日本, 940~949代表 新西兰, 87代表荷兰……

靠这个能判定 进口还是国产吗?



不少妈妈根据条形码知奶粉原产地

网传的“奶粉原产地识别方法”,是指看奶粉外包装的条形码前缀,“00-09代表美国与加拿大;45-49代表日本;690-694代表中国大陆;489代表中国香港;760-769代表瑞士;940-949代表新西兰;87代表荷兰;93代表澳大利亚……”不少妈妈纷纷跟帖称,会按此识别方法替宝宝选择奶粉。

记者以消费者身份拨打了雅培奶粉的客户热线,客服人员解释称:“根据国际编码组织相关规定,为了方便管理,条形码最好以所在销售国为准,所以以‘69’开头,但是是原装进口的。”

记者又拨通了明治奶粉的客服电话,询问明治奶粉原产地。客服人员解释称:“在澳大利亚生产的,罐装已经标明‘澳大利亚原装进口’。但是日本明治乳业投资在澳大利亚生产的,所有的配方、人员、技术都是日本的,奶源是澳大利亚。”记者一再追问,“那你们的条形码是怎么规定的?”她无奈地表示,“我们只是标签执行者,都是按照规定的,《标签法》怎么规定我们怎么做,具体你要问国家相关部门”,随即挂断电话。

质监部门:条形码不能判定国产或进口

“凡是‘69’开头的条形码均是国内产品专用”这一说法是否准确?通过条形码就能直接判断商品是国产还是进口吗?对此,广州市质监局有关人士及编码专家均明确表示,条形码不能说明国产还是进口。

“条形码前缀数字对应的是产品注册国,而不是原产国,不能拿这个去对比。”广州市质监局有关负责人介绍,“前缀码是指分配和管理有关厂商识别代码的国家(或地区)和编码组织。”

据了解,为了保证每一家企业生产的每一类商品项目的编码在全球范围内都是唯一的,且全球通用,前缀码必须由国际物品编码协会统一分配给各国(或地区)成员组织(在中国大陆是中国物品编码中心),然后在前缀码的基础上再由各国(或地区)成员组织分配给申请注册的企业。

目前国际物品编码协会已将690~695的前缀码分配给中国大陆物品编码中心使用,即开头部分是“690”~“695”的条码是某商品的生产商(或经销商)在中国大陆地区申请的商品条码。另外,按照我国《商品条码管理办法》的规定,商品的产地在外国而使用中国的商品条码或者产品在销售国使用原产国条形码也是合法的。“所以条形码是否‘69’开头并不代表产地在中国,消费者在购买产品时还应注意产地的说明,以及结合其他标注。”编码中心专家表示。



吃的和喝的,都有你不知道的事

月饼券是什么?是一张可以换取月饼的纸券?——绝不仅限于此,在一张张花哨的月饼券背后,隐藏着一整套庞大的“虚拟经济”,它的流通过程是一条灰色利益链。

有时候,厂家在卖给你月饼券的同时,并未生产出相应的月饼。厂家仅凭这张自己印的“纸”,层层流通过程回到自己手中,就可以赚取相当于券面面值20%的真金白银。有人把它类比为“期货市场”。

一张小小的月饼券背后究竟隐含着多少潜规则?“月饼经济”将走向何方?

B 中秋吃月饼 黄牛倒卖月饼券 “干一个月,花半年”

月饼券成了一种“虚拟经济”,类似月饼期货

厂家不卖一个实在月饼,卖月饼票一张就能赚两折



黄牛:月饼券买卖每张能赚20元差价

近一个月,广州某知名酒家门口天天人声鼎沸,他们都是前来买卖月饼券的人。

一看到有私家车减速行驶,马上就有拿着月饼券和价目表的“黄牛”靠近车辆询问:“要不要月饼券?进去拿了饼再付钱。”他们手中的月饼券100张一沓。

有人候在酒家门口,一有顾客进出,就上前问“卖不卖月饼券”。酒家店员熟视无睹,无人阻止黄牛们“砸场子”。

有的黄牛还充当了批发商的角色。一名姓李的黄牛告诉记者,他所在的“团队”早前以八五折的价格从这家酒家的总店批发了1000张月饼券,然后到各门店门口想方设法以八五折左右的价格出售。

“干一个月,前半段主要卖月饼券,后半段以回收月饼券为主。”在老李的名片上,抬头赫然写着“xx酒家饼票集团”。老李的伙伴们说:“我们已经连干几个中秋节了,干一个月的收入够半年花。”

月饼券的回收价如何确定?老李说,不同厂家的回收折扣不同。一些高档酒店的月饼券在市场上比较受欢迎,回收价最高可至面值的四折。普通酒店或饼家的,回收价只能达到面值的三折~三五折,甚至更低。

老李们干的买卖并不稀奇,在广东湛江,甚至有一个回收月饼券的固定市场——银海酒店门口的马路边。9月7日上午,尽管天气炎热,但数十位戴着草帽的妇女仍从早到晚坚持站在银海酒店旁的路边,等待客人的出现,其“竞争”的激烈程度远远强于广州。

有人回收月饼券是为了先买后卖赚差价,记者深入黄牛群体了解到,若买卖月饼券赚差价,每张可赚20元。有人却另有“深意”。一名妇女透露说:“我们把回收的月饼券卖回给(月饼厂家)老板,每张赚5元。”

月饼券的秘密:厂家卖了自己印的“纸”

广州黄牛老李向记者津津乐道于这个行业“空手套白狼”的一面:“手头最多的是双黄纯白莲蓉月饼券,其实仓库里没货,但券还在卖。”

“券比饼多”,已成为广东月饼市场的法则。老李说,每年中秋月饼券都卖不完,但他们并不担心,因为酒家会回收月饼券。

除了“券比饼多”,月饼厂家近年来还默契地制定了一个规矩:把持券领取月饼的截止时间定在农历八月十三。此时,距离中秋节还有两天的时间。

湛江某海鲜酒家一名黄姓经理告诉记者,以前每家酒家都会把月饼卖到节前最后一刻,但从两三年前起,开始有了上述行业规矩。“这是因为每家酒家卖的月饼券都会多于实际生产的月饼。如果月饼卖得好,可以追加生产;如果卖得不好,可以回收月饼券。”回收月饼券,靠的是黄牛。

如此一来,月饼券成了一种“虚拟经济”,它的流通过程成了一条灰色利益链。

天涯论坛上,网友“海富城”分析了月饼券的流通过程:公司以六折~七折的价格从厂家团购月饼票发给员工;员工以四折~六折的价格把月饼券卖给黄牛;黄牛把倒卖不掉的月饼券以四折~五折的价格卖回印券的厂家。月饼券转了一圈,厂家实际上却并未卖出一个实实在在的月饼,月饼票于是演变为一种“期货类的金融产品”。

厂家卖了一张自己印的“纸”,就可以赚取相当于券面面值两折的真金白银。

据一位不愿具名的业内知情人士透露,在2001年南京冠生园的“陈馅月饼”风波发生以后,国家严厉禁止使用陈馅,许多二、三线的酒家不敢生产过多的月饼,担心卖不完导致积压损失。而且月饼市场长期以来被一线厂家占据,二、三线厂家生存越来越艰难,只好铤而走险,利用炒卖月饼券从中牟利。

高额的利润让这个行业日趋拥挤。中国焙烤食品糖制品工业协会的数据显示,2010年全国生产月饼的企业有上万家,年产量超过25万吨,销售额超过150亿元,行业主要骨干企业和地方知名品牌企业年平均增速超过15%。

据《广州日报》

部分国家和地区 条形码前缀

- | | |
|------------|------------|
| 00~13 美国 | 57 丹麦 |
| 30~37 法国 | 690~695 中国 |
| 539 爱尔兰 | 73 瑞典 |
| 958 中国澳门 | 76 瑞士 |
| 400~440 德国 | 80~83 意大利 |
| 45~49 日本 | 84 西班牙 |
| 471 中国台湾 | 87 荷兰 |
| 489 中国香港 | 880 韩国 |
| 50 英国 | 93 澳大利亚 |
| 54 比利时 | 94 新西兰 |