

# 普降15% 榴莲自由渐近

国产榴莲上市后，榴莲价格有所下降。近日，北京商报记者看到市面上的榴莲售价相比一个月前有了明显回落，售价基本在20-35元/斤，单价降幅达15%左右，同时，一些自助餐厅、水疗场所打起了“榴莲自由”的招牌。榴莲价格的普降，与国产海南榴莲的上市有一定关系，随着货源增多，榴莲供应进一步稳定。不过，目前国产榴莲的供货量与市场需求相比仍有明显差距，想要实现“榴莲自由”，仍有待国产榴莲的更大规模入市。

## 价格普降

榴莲售价的下降，使得“榴莲自由”又近了一步。8月8日，北京商报记者走访朝阳区多家水果店、超市看到，当下榴莲货源相对充足，进口金枕榴莲售价在30元/斤上下，液氮冻榴莲约38元/斤。

在某门店内，有不少顾客正在挑选榴莲。其中，一位女士告诉北京商报记者，“最近的榴莲价格便宜了不少，前段时间榴莲比较贵，降价了赶紧买一个解解馋”。

同样，一家生鲜店的销售人员也对北京商报记者表示，近日以来，店内的榴莲价格已经降至36元/斤，而此前，榴莲价格一般在40-60元/斤。据他透露，随着国产榴莲的入市，以及长柄、干尧等品种榴莲的补货，供应商进货价有所下降，售价便因此下降。在电商平台，榴莲的售价也明显降低。以泰国金枕榴莲为例，一款3-6斤重带壳榴莲的券后价约为100元，而此前分量相近的商品售价近130元。

此外，榴莲不仅在超市、水果店等热销，北京商报记者在大众点评上看到，近期有不少自助餐厅、洗浴中心打出“榴莲自由”的旗号，吸引许多消费者慕名到场。以一家汤泉门店为例，节假日单人6小时浴券团购价为278元，其中，

除沐浴、桑拿等服务，还包含了水果，该门店更是直接使用榴莲图片作宣传。

## 量产刺激

市场的供求关系决定了榴莲售价的变化。随着国产榴莲上市，这一供求矛盾得到一定程度的缓解。此前，国内售卖的榴莲来自东南亚的进口榴莲为主，但由于不同地理位置的榴莲成熟时间不一致，无法保持长期稳定供应，故榴莲价格相对不稳定。

实际上，6月前后的榴莲售价确实较高，彼时北京商报记者调查发现，金枕榴莲售价已接近50元/斤。此前，业内人士接受记者采访时表示，金枕榴莲产地位于泰国，最初从个别区域开始成熟，这一区域产品先进入市场，前段时间，随着区域产品逐渐结束采摘，且其他区域榴莲尚未成熟，市场出现“缺货期”，故价格水涨船高且库存紧张。

当下榴莲售价的降低，或许与国产榴莲上架有关。6月中旬，国产海南榴莲开始在京东平台上预售。这些榴莲平均价格在40元/斤，其中3.5-4.5斤果售价为188元。一位购买到海南榴莲的网友评价称，“出果率很高，口感很不错”。

随着市场供货量的增大，在激烈的市场竞

争下，不少商家选择采用薄利多销的方式刺激榴莲销售。位于大兴区的吉鲜超市商家告诉北京商报记者，榴莲的价格居高不下，其销量也会慢慢下滑。实际上，水果店或超市大多数是批量进货，品质大同小异，想赢得消费者的青睐，就采取降价售卖的方式，吸引消费者去购买。

## 库存稳定

对于近期榴莲的市场表现，盒马鲜生负责果蔬生鲜区域的李经理告诉北京商报记者，榴莲价格的急剧变化与短期的市场供应有着密切的联系，只有解决了供求矛盾，避免出现供给不足或供给过剩的现象，才能真正使价格稳定下来，使水果市场健康有序地发展。

近些年，为提高水果行业发展质量效益，我国出台了一系列支持政策。进口榴莲是国内水果消费市场上的“顶流”，随着RCEP(《区域全面经济伙伴关系协定》)生效实施，更多来自东盟的热带水果流入中国市场。

市场人士预测，今年的进境热带水果运输旺季将持续至7月底，榴莲、山竹、龙眼、柚子等水果运输量有望实现同比超50%的增长。RCEP生效实施后，开放的农产品贸易环境，重点推广的果品无损检测线，分级分选、杀菌包装、智能预冷冷藏等成套技术装备，这些都利于保持水果品质，提高流通效率，满足供给端需求，稳定市场价格。

对于娱乐服务业、餐饮行业推出的“榴莲自由”相关推广，零售专家胡春才表示，随着榴莲降价，相关行业以此进行营销，通过大量进货以降低成本，或许能一定程度带动场内客流量。“不过，商家还可在宣传榴莲自由的基础上推出特色服务内容，才能突破同质化竞争。”

北京商报记者 赵述评 胡静蓉  
实习记者 何东旭

# 加盟的锅 张亮麻辣烫的祸

北京商报讯(记者 张天元)“单纯”的羊肉又一次出现在了张亮麻辣烫的门店中。8月8日，#张亮麻辣烫就羊肉掺假道歉#一话题引发热议，起因是消费者在门店中买到了带有猪肉的羊肉卷。

根据公告，涉事加盟门店在7月间，以25元/斤的价格分3个批次购买羊肉卷总计20斤，并进行了售卖。经权威部门检验报告，该羊肉卷检测出猪肉成分。基于门店是按照真羊肉市场价格购买的送检食材，不存在知假售假的主观故意，同时已主动将全部私自采购食材下架，故对涉事门店给予保留加盟资格，保证金全部扣除的处罚，请其他加盟门店引以为戒。

“作为餐饮特许品牌方，对于监管不造成某些加盟门店私自采购食材，我们承担主要责任。”张亮麻辣烫在致歉声明中表示，并披露了涉事门店处理结果。

关于本次事件，北京商报记者致电了张亮麻辣烫，相关工作人员表示，可通过张亮麻辣烫官方发声渠道关注实时进展，其他内容无相关回复。根据品牌官网，张亮麻辣烫创立于2008年，拥有直营店100余家，连锁店店面数量超过5800家。

据媒体报道，此前有消费者发布视频称，在张亮麻辣烫一加盟店以每盒18元的价格购买了3盒羊肉，专业机构检测结果显示含有“猪肉和鸭肉”。随后，张亮麻辣烫于8月4日发布声明称，视频中被检验的“羊肉卷”为门店私自采购，非指定供应商统配产品。门店积极配合检查，并向当地市场监管部门提供销售方相关票据，等

待查验结果。同时，鉴于门店未遵守品牌总部管理要求，在非指定供应商处采购产品，并在门店内售卖，品牌总部将依据合同及管理细则规定对门店予以处理。

品牌发声的同时，消费端也给出了不同的反应。有消费者指出，“假羊肉技术进步了，以假乱真的太多，确实得好好管管，连张亮都中招了”，还有消费者不买账，表示“监管不力，最高上限处罚，涉事门店出事，总部还挣保证金”，更有消费者提到“已经不是第一次了”。

的确，正如上述消费者所言，张亮麻辣烫并非首次翻车，而其“黑历史”更与如今较为相似。2019年3月，张亮麻辣烫被曝出一加盟店出现无生产日期、生产厂家等信息的牛(羊)肉卷，执法人员溯源时发现这类产品中的鸭肉含量达60%，巧合的是，当时企业称该产品为加盟商自采。今年3月，张亮麻辣烫再次因两加盟店缺斤短两引发热议。不仅如此，张亮麻辣烫还多次因食品安全问题被通报，据北京消协公众号7月28日发布的公示内容，仅自2023年1月以来发布的通报统计，张亮麻辣烫就有11家门店存在食品安全问题。

在业内人士看来，张亮麻辣烫食品安全问题频出与加盟店比例较高，且监管不足存在关联。食品安全乃是企业经营的根本所在，更是企业应该守住的底线。虽说加盟模式能够令企业快速跑马圈地，快速扩大规模，但背后同样需要更加严格有效的管理体系和监管制度。加盟店的负面消息同样会对品牌整体造成负面影响，只有形成有效管控才能长久发展。



7月31日下午，以“人间烟火气 最抚凡人心”为主题的2023年“金标牛烟火气餐厅榜”启动发布会在北京牛栏山二锅头文化苑隆重举行，北京市顺义区副区长李向英，中国酒类流通协会会长王新国，北京顺鑫农业股份有限公司董事长李颖林，中国饭店协会副会长金勇，优酷副总裁沈严，非遗传承人、著名酿酒专家高景炎，世界餐饮业联合会企业家分会联席主席董克平，国家一级演员、牛栏山品牌代言人王刚，高德大搜索与内容负责人李刚，牛栏山酒厂厂长宋克伟，北京顺鑫控股集团副经理张松涛，牛栏山酒厂党委书记魏金旺，饮食文化学者、美食评论家、《舌尖上的中国》《风味人间》美食顾问高文麒，安徽省徽菜产业发展促进会特聘副会长丁政权，新疆维吾尔自治区旅行社协会旅游商品推广委员会主任、新疆维吾尔自治区文化市场发展促进会副秘书长秦澎，饿了么酒水新锐品牌负责人王伟，新疆维吾尔自治区美食达人麦吾兰江·图尔荪，盛初咨询董事长柴俊，牛栏山酒厂副厂长申保营，牛栏山酒厂副厂长陈世俊参加了本次活动。

活动伊始，优酷科技副总裁沈严对本次活动的目的和意义进行了诠释，围绕阿里大生态对榜单的战略支持，列举了平台对本次评选活动的助力政策，深入剖析了双方跨界合作的战略价值；高德大搜索与内容负责人李刚针对榜单本身，详细介绍了榜单亮点、意义及评选机制，以大数据的真实性确保榜单的权威性；牛栏山酒厂厂长宋克伟提纲挈领，从民酒情怀出发，阐述了牛酒着力打造“金标牛烟火气餐厅榜”的高远立意，表达了对活动前景的信心。在随后的圆桌论坛中，世界餐饮业联合会企业家分会联席主席董克平、盛初咨询董事长柴俊、高德大搜索与内容负责人李刚、饿了么酒水新锐品牌负责人王伟、牛栏山酒厂副厂长陈世俊、知名美食顾问高文麒、新疆维吾尔自治区美食达人麦吾兰江·图尔荪围绕烟火气和人民群众的美好生活这一主题，展开了深入探讨。

启动仪式上，“金标牛烟火气餐厅榜”评选理事会、阿

# 人间烟火气 最抚凡人心 2023年“金标牛烟火气餐厅榜”正式启动



人间烟火气，最抚凡人心。市井百态、芸芸众生，烟火中熏染的是普罗大众对生活的热爱；泱泱中华，地大物博，别具特色的美食也是对地域文化和风土人情的具象呈现。“金标牛烟火气餐厅榜”是由高德、饿了么、优酷和牛栏山联合赋能的区域特色餐厅评选活动，旨在为广大消费者提供一份极具参考价值的美食榜单，服务于人民群众对美好生活的向往，让烟火气为群众幸福加分。在国内经济复苏进程加快，消费结构升级的大背景下，“金标牛烟火气餐厅榜”的推出，也将为消费者提供高性价比的特色餐饮选择，为优质餐饮终端带来流量红利，为区域餐饮经济注入新的活力。

里代表、牛栏山代表共同上台为榜单揭牌；各方代表、餐饮委员会领导、名人嘉宾等共同为活动举行3D全息启动仪式。随后，国家一级演员、牛栏山品牌代言人王刚老师上台发言，表达了对牛酒未来发展的祝愿，展现了十余年来与牛栏山同舟共济的深厚感情。活动的最后，顺义区副区长李向英，非遗传承人、著名酿酒专家高景炎，中国饭店协会副会长金勇，新疆维吾尔自治区旅行社协会旅游商品推广委员会主任、新疆维吾尔自治区文化市场发展

促进会副秘书长秦澎，安徽省徽菜产业发展促进会特聘副会长丁政权，中国酒类流通协会会长王新国分别上台致辞。李向英从顺义“两区”与现代化平原新城建设的高度出发，充分肯定了牛栏山酒厂近年来积极推进高质量发展，投身社会公益事业所取得的成果，并对牛酒的“民酒蓝图”提出了殷殷期盼；高景炎从传承与创新的角度，以美酒喻美食，表达了对“金标牛烟火气餐厅榜”前景的美好祝愿；金勇充分认可了榜单对各地餐饮业高质量发展

展的促进作用，秦澎表达了对榜单助力新疆打造更具特色的美食名片的信心，丁政权则从“美食+旅游”的角度肯定了榜单对文旅消费场景的创新。最后，王新国高度评价了牛酒长期以来对消费者的敬畏和对品质的孜孜以求，赞扬了牛酒探索跨界联合、营销创新对行业高质量发展的启示促进作用。启动发布会在热烈祥和的氛围中落下帷幕。

民以食为天。“金标牛烟火气餐厅榜”以“城市烟火气”为基础，以大众消费者多元化、品质化的餐饮需求为导向，聚焦口碑载道、雅俗共赏的大众餐厅，这与牛栏山一贯坚持的民酒定位、价值导向不谋而合。牛栏山作为中国二锅头第一品牌与民酒的代表品牌，始终以满足人民群众对美好生活的追求为使命，致力于为广大消费者酿造品质优良、品牌温暖，在多元消费结构中具有普遍消费价值认同的好酒。积极投身“金标牛烟火气餐厅榜”的打造，是牛栏山酒厂践行社会责任，贯彻以人民为中心的发展思想的重要体现，亦是对于牛栏山为民酿酒，酿好民酒经营理念的有力诠释。

“金标牛烟火气餐厅榜”将由餐饮行业权威、菜系名厨、美食KOL结合高德大数据共同评选形成，一方面帮助终端餐饮店凸显自身的差异化竞争力，一方面也为广大消费者带来性价比好、好评度高、具有堂食氛围的金标牛特色餐饮。此外，“美食+文旅”的双料加持也将使榜单更进一步助力城市消费加速提振。

此次在北京召开“金标牛烟火气餐厅榜”启动发布会后，将在乌鲁木齐、合肥、南京、深圳、泉州、福州6大城市相继开展评选活动，并召开颁奖典礼，同时布局网红达人探店、美食体验月、终端代言等活动，形成一个接一个的局部热点。过程中，牛酒还将充分发挥全国化终端网络的优势，传播金标牛榜，服务金标牛店，让“到金标牛店，喝金标牛酒”的欢乐氛围为烟火气增添喜庆和热闹，让金标牛成为烟火气的有力载体和人间味道的最好诠释，强化牛栏山品牌与老百姓情感的链接。

借助“金标牛烟火气餐厅”生动化消费场景营造，牛酒集合产品、人群、场景打造“金标牛”一体化IP，让人们在了解产品的同时，也认可产品背后的品牌和文化。我们相信，“喝纯粮酒，选金标牛”的产品口号和牛栏山民酒形象，也将随这烟火气，进一步口口相传、深入人心。

图片来源：企业供图