



临期商品贴上“促销价”，你会买单吗

记者走访长沙各大超市发现，七成年轻受访者表示会考虑购买临近过期食品

售价10.9元的玉米挂面，附赠一包售价相等的薯条；原价55元的进口蛋糕，特价只需39.9元……商家的促销，除了让利，或许还有另一种原因。

8月25日，三湘都市报记者走访长沙市主要超市卖场发现，越来越多的商家在店内开辟出“促销专柜”，销售因临近保质期而特价销售的商品或部分包装破损但仍不影响使用的日化用品。

这种主动的促销行为，究竟是转“报废为消费”，还是在质量上打起擦边球，产品质量如何保障？

■记者 朱蓉 实习生 彭格欣

临期促销 满货架商品“买一送一”

8月25日，在家乐福芙蓉广场店的超市收银台附近，白底红字的“买一送一”促销货架十分醒目。

三湘都市报记者看到，该货架上销售的“买一送一”商品分为两类，一种是将临期商品作为赠品与正常商品搭配出售，一种是将两件临期商品共同出售，销售价格则为其中一件商品的售价。

如，售价为5元一包的家乐福马铃薯淀粉（保质期至2020年12月18日），捆绑赠送一盒2019年9月5日即将过期的莎布雷武士曲奇；售价为10.9元一袋的玉米挂面，捆绑赠送一包2019年9月8日即将过期的芳伦兹细薯条。通过电商平台，记者查询到，上

述两者赠品的正常售价均为10元左右。

在更多的超市内，则是将临期促销商品与同品类正常商品摆放在一起进行特价促销。如，在长沙国金中心负一楼的OLE超市内，原价11元，保质期至9月4日的南阳乳酸饮品促销价为9.9元，原价55元，保质期至12月11日的玛璐托长崎蛋糕促销价为39.9元。在平和堂五一广场店生活超市内，售价46.8元，保质期至9月28日的丸中巧克力味蛋糕也正在进行“买一送一”促销。

同时，三湘都市报记者在嘉宝天猫官方海外旗舰店上看到，不少临期的辅食也在进行“第二件半价”的促销。

看法不一 年轻消费者接受度更高

事实上，与通过降价的方式吸引消费者购买“卖相”不好的水果、蔬菜，即将到期的酸奶、高价猪肉被捆绑销售“买二送一”等现象一样，临期商品的“买一送一”、降价出售其都是商家主动减少毛利，或以“小赔”换“大亏”的市场行为。如今，消费者对这一现象的态度更加理性，接受度更高。

23岁的廖小姐表示，会购买正在促销的临期商品，“想吃啥买啥，比如韩国的紫菜，一般来说也放不坏”。她认为，即使商品

的保质期过了，也不代表就不能再吃，只是生产它的公司不再提供品质保障，还是可以自己判断一下是否能够食用。

45岁的夏女士却认为，快到期的商品面临着变质的风险，“买来就是垃圾，吃了有损健康，不去贪这种小便宜。”

三湘都市报记者发现，对于临期促销商品，年轻消费者的接受程度似乎更高——近七成的受访者表示，如果价格合适，会考虑进行尝试和购买。而这些受访者的年龄多在25岁及以下。

便宜虽好 但购买仍需谨慎

今年19岁的彭同学直言，在日常生活中，以正价购买日期正常的商品后，也常常出现因忘记食用或使用而导致其变成临期商品的现象，“一般来说，这种情况下，肯定也舍不得扔掉，会选择赶在过期前进行使用。”基于此，他认为，只要能够尽快使用，购买临期的便宜商品并无太大问题。

早在2012年1月，原国家工商总局就曾明确要求，各地工商部门应严格监督食品经营者对食品包装、标识、生产日期、保质期和有关食品储存条件等进行自查自纠，对即将到保质期的食品在经营场所向消费者做出醒目提示。

三湘都市报记者在采访中

看到，多数商家在临期商品的价格标签上，对于该商品作出“买一送一”或降价促销的原因，均直接标明为“临近保质期”。

“根据商品的不同性质以及临近保质期时间的长短，这一问题需要区别对待。”长沙市内一超市业内人士提醒，如日化洗护用品，如果临近保质期，多为影响其产品功效，即清洁性能不如从前，但并不危害消费者身体健康，而如果是现做糕点等食品，原本保质期就短，如果过期则可能变质，进而对消费者身体健康造成影响，“对于临期商品的购买和使用，消费者还需谨慎对待和判断，尽量在保质期前使用或食用完毕。”



8月25日，在家乐福超市芙蓉广场店收银台附近，“买一送一”的促销货架相当醒目。实习生 彭格欣 记者 朱蓉 摄

山货“飞”出深山，侗寨脱贫尽开颜

——记湖南日报社驻新晃华南村扶贫工作队

精准扶贫在三湘

一条5米宽的新改造水泥路蜿蜒伸展，把记者带进大山深处的古老侗寨——新晃侗族自治县鱼市镇华南村。初秋时节，这里鸡唱牛哞，硕果飘香，好一处安居乐业的福地。

华南村曾是省级深度贫困村。去年3月，湖南日报社扶贫工作队进驻，理帮扶思路，拓致富门路，谋发展出路，带领该村干部群众奋力脱贫攻坚。昔日穷乡僻壤，如今已蜕变成全省的“美丽乡村建设示范村”。

■记者 肖军 雷鸿涛

致富有门路 山货“飞”出深山

天刚放亮，华南村养殖脱贫致富“明星”吴从海就来到自家养鸡场为鸡喂食，望着长势喜人的跑山鸡，他一脸灿烂。“去年卖了2万羽，今年估计能翻番。”他说。

“要想真正脱贫致富，就得兴产业拓财源。”戴勤说。

华南村的新晃黄牛肉、跑山羊肉、跑山鸡等特色农副产品远近闻名。工作队因势利导，扶持成立华南村真诚种养专业合作社和怀化市华南画眉旅游管理有限责任公司，并大力帮助姚沅桢、吴从海等养殖能人发展特色养殖，带动村民兴产业拓富路。其中姚沅桢建起的标准化黄牛养殖基地，每年可出栏地理标志产品新晃黄牛150头，带动32户贫困户脱贫。

同时，通过实施产业奖补，变“输血”为“造血”，鼓励村民大力发展种养业增收。现村里已发展黄桃基地150亩，种植高山绿色蔬菜200余亩，年养殖高山土鸡15万羽以上。

旺产还得旺销。工作队利用华南村“画眉鸟之乡”的优势，创新探索出“节会+电商”模式，助推山货“飞”出深山。去年全村销售农特产品近百万元，319户村民户均增收3000多元。

帮扶有思路“绣”出美丽蓝图

找资金，谈合作……这几天，湖南日报社驻华南村扶贫工作队队员们，又在为建设村矿泉水厂四处奔走。预计项目建成后，可为村集体产业创收100万元以上。

华南村山高路遥，偏远贫瘠。去年3月，湖南日报社派出扶贫工作队进驻华南村，唤醒了沉睡的侗寨。充分走访调研后，《华南村三年帮扶规划》形成，一幅“乡风美起来、环境美起来、生活美起来”的美好蓝图跃然而出。

蓝图成真靠实干。湖南日报社党组书记、社长孔和平先后带领党组成员多次深入华南村指导帮扶；30多个党支部、101位帮扶责任人迅速行动，陆续共有600余人次来到华南村扶贫帮困。

作为报社派出的脱贫攻坚“尖兵”，驻华南村扶贫工作队更

是排除一切困难，驻村扎下深根。工作队队长戴勤的女儿去年3月19日出生，可第二天就得正式进村，戴勤来不及多看几眼襁褓中的女儿和陪伴产后虚弱的妻子，毅然带领队员背上行囊匆匆踏上征程。副队长袁礼成、队员潘高伟当时都有家人因病住院手术，但重任在肩，他们同样义无反顾奔赴扶贫一线。

下“绣花功”，啃“硬骨头”。进村后，他们一门心思抓落实。勤耕换来硕果香，一个个项目变成现实。不到一年时间，整合资金1000多万元，新建改造公路108公里；建成文化广场1个、亲水平台1座、风雨桥1座、引水工程2处；兴建种养基地6个、60KW光伏电站1个；建设移动基站2个，全村实现网络全覆盖。去年底，华南村甩掉“贫困帽”。

超30家房企发布半年报，房企业绩增速普遍放缓

本报8月25日讯 近日，中原地产研究中心最新统计数据显示，截至8月21日，已有超过30家房企公布2019年半年报。其中25家房企，合计营业收入为3619.39亿元，同比2018年同期上涨了25.9%。合计净利润达到了340.1亿元，净利润率为9.4%。

从整体上看，房地产行业依然处于利润和规模上涨周期。例如万科、碧桂园、融创上半年的营收均保持超过30%的增速，净利润增速也在20%以上。其他标杆房企上半年盈利也颇为亮眼，融创中国、阳光城、金科股份等房企上半年净利润增速均高于40%。

但对小房企而言，今年上半年却并不好“熬”。包括中洲控股、美好置业等房企上半年净利润均出现不同程度下降。一位长沙房地产品牌负责人透露，房企拼规模的趋势在不断加剧，资金的压力也在不断上升。

■记者 卜岚