

“新品粽”层出不穷 “传统粽”仍受青睐

市民:端午吃粽子更多是吃情怀



一家店铺门前,粽子摆在了显眼的位置。

北方人对传统糯米粽有着深厚情感

“我们全家都爱吃传统口味的粽子,尤其是在菜市场买到的新鲜粽子,回去加热之后,粽叶被一层层剥开,确实香。”在老菜场,正在购买传统粽子的王乐说,她家有老人有小孩,总觉得这种现做的更新鲜一些,有些带包装抽真空的也吃过,但总觉得

少些味道。王乐随手拆开一个粽子说,这里面有两层以上的大片叶子,北方的四角粽是典型的传统粽子。

一位常客在小南门早市享用完一个豆沙馅粽子后表示,这种简单的传统美食给她带来了满足感。今年73岁的王奶奶说,自己

喜欢在粽子上淋蜂蜜并撒上白砂糖,那香甜的砂糖与软糯的米和馅儿搭配在一起,令人赞不绝口。离开时,她手上提了两个冒着热气的粽子。她告诉记者:“10元钱买3个粽子,性价比高,很划算。超市里价格高,味道也比不上现做的。”

新品种粽子受欢迎程度各异

那么,商超里的粽子销售如何?记者走访西安多家商超发现,尽管市场上出现了各式各样的养生粽子,如小米粽、紫米粽以及添加了山药、芋泥、八宝、杂粮、瘦肉等丰富馅料的品种,甚至标有零添加“蔗糖”等健康选择,但消费者对这些创新产品的反应,近些年淡了不少。

“一百克3.8元,价格倒不贵。”

一位消费者说,南方风味的粽子曾在北方市场风靡一时,但北方人的味蕾始终忠于他们的传统口味。商家为了迎合这一需求,不断创新,将传统与健康相结合,试图吸引更多的消费者。然而,对于许多北方人来说,端午节吃粽子不仅是品尝食物,更是一种文化和情感的传承。

商超的销售人员也向记者透

露,他们在端午节期间会加大对新品种粽子的宣传力度,但销量最好的仍然是那些经典口味。一位销售员说,除非其他口味粽子折扣促销力度大,比如推广低糖、低脂的粽子产品,以期满足特定消费群体的需求。但从目前的市场反馈来看,这些产品的受欢迎程度各不相同。

文/图 本报记者 葛兰

端午节临近,各大商超和农贸市场里,粽子已经占据了显眼的位置,吸引着消费者的眼球。5月15日-16日,记者在西安市小南门早市、老菜场以及各大商超观察到,接地气的糯米粽子与商超内抽真空的新品种粽子销售形成鲜明对比。



超市里售卖的各种口味粽子。

5月23日记者获悉,陕西省医疗保障局在国内率先实现医保药品全服务。在陕西医保APP和微信小程序中提供在线诊疗、慢病续方、药品全城比价、按需配送、处方线上统筹结算等就医购药功能,真正实现了“信息多跑路,人民群众就医购药少跑腿”。

我省率先实现 医保药品全城比价 便民购药线上线下全覆盖

患者可自主选择购药渠道

西安市民李阿姨患有心脑血管疾病,经医生诊断,需长期服用一种特殊药物治疗控制,但医院经常买不到,也开不出处方。陕西医保APP和微信小程序服务功能升级后,医生根据李阿姨的诊断结果可以开出特药处方,李阿姨只需在定点零售药店购买药品即可。

“在药店看到不少人都和我一样从医院过来购买特药,这下方便了,不用再往医院跑了。”李阿姨说道。

记者了解到,陕西医保APP通过定点医疗机构和定点零售药店两个渠道,满足国谈药品、慢性病用药的供应保障、临床使用等多方面的合理需求,并同步纳入医保支付。参保人可以在定点医疗机构或定点零售药店两个渠道进行购药报销,打通了药品“双通道”的“最后一公里”,保证了患者用药可及性。

全省实现药品实时比价功能

在医院将处方上传至医保电子处方中心后,患者可自主选择在医院或药店购药。通过登录陕西医保APP或微信小程序,进入“双通道处方”服务页面,患者可以查询到自己的处方,在选定处方后,相关药品在全城所有药店的名称、地址、价格、距离等信息一目了然。患者可以通过对比药店的价格、距离、评分后自主购药。药品全省实时比价功能的实现,不仅有助于减轻参保患者的经济负担,还能促进药品市场的公平竞争和零售药品的合理定价,有助于减少医保基金的支出,确保基金的合理使用。

无论是在医院还是药店购药,参保人可享受相同的医保待遇。如果选择线上统筹结算,可以将药品快递到家。实现了线上复诊、药品按需配送的功能,无需前往医院或药房排队结算,“一站式”服务极大地提高了患者的就医体验,特别是对于行动不便的老年人、偏远山区或乡村、慢性病患者来说更加便利。

目前,医保电子处方流转便民购药线上线下全覆盖的服务已在陕西全省实现,同时满足医保患者处方异地取药的需求。

国家相关部门建议各省主动探索医疗机构处方信息、医保结算信息和药品零售消费信息如何能更好地互联互通、实时共享。陕西省医疗保障局从提升便民服务措施方面入手,创新性地拓宽服务功能,实现了参保患者就医、诊疗、购药、报销、服务等全流程的便捷化,做到了全程可追溯、可监管。

本报记者 魏彤

“文创雪糕”挺吸睛 “平价雪糕”是主流

市民:只选对的 不选贵的

市场:创新融合才能稳定增长

5月18日,在西安市雁塔区麦德龙超市的冰淇林区,记者看到,十几个冷柜里陈列着数十个品种的雪糕。其中,富含益生菌的产品销量不错,多个用果肉原浆、果汁等天然原料做成的雪糕更受消费者青睐。

“越来越多的现制冷饮、茶饮品牌也在快速开店,刨冰等街头美食也成为冷饮品牌和消费者的心头好。还有一些餐饮店,为消费者免费提供冰饮,也占有了部分市场。”从事市场研究的经济学者郭保林表示,雪糕是很容易被替代的,夏天各种冰爽的饮料、冰酸奶、冰奶茶,甚至茶饮店中的甜筒冰淇淋都可以替代雪糕。雪糕从“唯一”成为“之一”。

到了景点,买文创雪糕打

卡,发社交平台,重庆“00后”游客丹丹利用周末时间打卡大雁塔。“朋友吐槽,我平时买件衣服都在乎一块两块,现在买个大雁塔文创雪糕几十元,眼睛都不眨一下。”

近几年,一些代表城市标识的文创雪糕探索出“流量”密码,如陕西兵马俑、武汉黄鹤楼、杭州雷峰塔……在郭保林看来,此类操作基本上以卖“景点造型”为主,消费者也是以“拍照打卡”为主要消费需求。

“文创为冰淇淋品牌注入新的活力,是吸引年轻消费者的一个重要途径。”陕西省社科院副研究员、实践哲学研究室主任王晓勇表示。

本报记者 赵明 朱娜娜

随着炎炎夏日的到来,雪糕、冰淇淋等话题再起,各路商家冰柜里整齐而丰富的新品,正等待着消费者的光顾。

“往年这个时候,冷品市场正逐渐迎来销售旺季。”今年5月中旬天正热,在西安从事雪糕冰淇淋批发生意的翟闯却不断地摇头,如今,冷品市场消费趋势发生转变,雪糕、冰淇淋已不再成为消费市场的“独宠”,文创雪糕因其独有的地标属性和“拍照打卡”功能,受到不少消费者的认可。



消费:只选对的 不选贵的

“我们家卖得最好的是伊利的巧乐兹、伊利心情和雪莲等平价雪糕,哈根达斯、八喜等品牌也有优惠活动,销量还可以。”5月19日,西安市碑林区水文巷冷饮批发店老板许昊表示,“今年大众口味的雪糕最好卖。”

连日来,记者走访西安多家商超、便利店看到,冰淇淋的品牌和种类丰富,伊利、蒙牛、天冰、和路雪、八喜、梦龙、雀巢、明治、哈根达斯等,价位从几元到几十元不等。

位于西安市雁塔区公田二

路的一家零食店,老板在门口挂起了“冰淇淋10支起批发”的招牌。走进店里,记者看到,两个冰柜里几乎都是平价冰淇淋,价格普遍在3元至10元之间。

“巧乐兹可以说是我们童年时光的回忆,就买它了!”消费者邢欢带着朋友在此批发雪糕,她发现今年雪糕都降价了,如巧乐兹等多个国产雪糕品牌的平价怀旧产品重返消费市场。

如今,越来越多消费者回归理性,不再一味追求网红产品,转而推崇性价比高的产品。