

现在的食品变得越来越“小”了，无论是200毫升装的饮料，还是20克的冷饮，都正在年轻群体中悄然兴起——

“迷你消费”渐成新“食”尚

本报记者 李昕也

细心的市民孙丽丽最近发现，随便走进一家商超，都能看到小瓶装的饮料。这种产品小到能被装进衣服口袋，而且一次就能喝完。还有迷你款冰淇淋，三四口就能吃掉。

“相比500毫升的传统瓶装饮料，这种小瓶装的更方便。”孙丽丽说，从零食到饮品再到冷饮，小包装的商品越来越多了。这不仅“卡”住了自己的食用量，还避免了浪费。



传统包装的冰淇淋与迷你款冰淇淋对比 (资料图)

1

食品界刮起“迷你风” “小身板”身价并不低

近日，记者走访市区多家商超发现，不少品牌商家都推出了迷你版的小瓶装饮料。这种饮料大多以整箱(12瓶或6瓶)进行销售，受到不少消费者的青睐。

在解放路某商超，一款迷你版的可口可乐，每瓶净含量200毫升，1箱12罐；小包装的美汁源桃汁饮料，每瓶300毫升，都是按箱(12瓶)出售。还有芬达、雪碧、橙汁、葡萄糖补水液等饮品，都有迷你版的包装，容量在240毫升至350毫升之间。

在零食专区，市民刘女士挑选了10袋小包装的薯片。“这10袋薯片是打包出售，花的钱还不到两袋大包装薯片的价格，却能品尝4种口味。”

记者对比发现，刘女士买的这种小包装薯片，每袋净含量为12克，10袋总价为9.9元，约合1元1袋。而同品牌传统包装的薯片，每袋70克，售价6.5元。按每100克的价格计算，迷你包装的薯片为8.25元，而传统包装的薯片则为9.29元，小包装薯片价格相对更便宜些。

当然，并不是所有小包装的商品都比大包装的实惠。以甜筒冰淇淋为例，1个67克的“可爱多”甜筒冰淇淋，售价为6元，而该品牌同一口味的小包装甜筒冰淇淋，1盒(200克，10支装)售价为18.8元。按照每100克的价格来算，迷你包装的为9.4元，单个大支装为8.96元。由此看来，包装小，价格也不一定低。

而在饮料方面，多款迷你装的价格折算下来要比“大版”贵。以可口可乐为例，整箱(12瓶)的售价为19.9元，1瓶为200毫升；同品牌的可乐，1瓶500毫升售价为2.9元，2升装的为6元。按每100毫升来计算，迷你版价格将是大瓶装的3倍。

2

量更小、选择更多 消费者为此“点赞”

上周末，在新华路一商超内，孙丽丽在饮料区看到了迷你罐的可乐，连价格都没看就随手放进了购物车里。孙丽丽喜欢喝汽水，但之前的饮料大都是500毫升至600毫升。在“我不能吃太多”的顾虑下，迷你装食品让她感觉吃了不会有负担。

市民魏女士选择迷你装冷饮和饮料则是为了孩子。她告诉记者，一到夏天，孩子喝饮料、吃冷饮没够，迷你版的食品从分量上更适合他。“200毫升1瓶的饮料、二三十克的冷饮，容易控制量，不会让孩子一次吃太多。”

商超的销售人员告诉记者，现在很多消费者除了追求口味也越来越注重健康。小包装能够帮助消费者控制饮食以及糖分的摄入量，所以颇受欢迎。“尤其是年轻

人更爱选购迷你款食品”。

21岁的小马爱喝碳酸饮料。他告诉记者，自己最初购买迷你版饮料是因为携带方便。“户外运动或逛街时，大瓶装的饮料哪去哪拎着，非常不方便，而迷你版在裤兜一放就行。”后来，小马回购的原因则是因为口感。“大瓶装喝一半后如果放太长时间，影响口感，小包装正好能够一次性喝完。”

“我买迷你版食品，不仅可以品尝到多种口味，更重要的是不浪费。”一直讲究“性价比”的林琳对此深有体会。大桶装的可乐喝到一半就再也喝不完，薯片吃到一半也吃不动了，大袋的饼干吃了一回就甜得发腻……“我发现大包装越来越不适合自己。”

“其实，有时不是要量大、不是要吃饱，只是过个嘴瘾。”林琳后来发现，就拿买薯片、瓜子来说，同样的价格原来买一大包，只一种口味，现在可以买多个小包装款，能够拼成多种口味，选择的品类更丰富，还不容易浪费。

一位正在超市选购冷饮的市民告诉记者：“我买过迷你版的可乐，小袋装的瓜子，单片装的饼干，对迷你装和大包装哪种价格更合算并未在意，只是觉得小包装携带更方便。”

3

小包装迎合消费需求 或成市场发展新方向

业内人士分析称，小包装其实是商家迎合消费者需求做出的改变。与传统的大包装相比，小包装体积小轻巧、储存方便、便于携带。虽然小包装会增加成本，但从综合性价比来看，有的大包装食品吃不完，会造成浪费，而小包装就避免了这个问题。

过去，如果商家推出大包装促销，“性价比”是很多消费者考虑的因素。经过一番价格对比后，多数情况下消费者会因为“买大包更划算”的心理去购买。如今，人们的消费更理性，更注重产品的实用价值。

对于消费者来说，选择独立的迷你包装，即定量包装，可以督促自己健康饮食，控制进食量。无论是出现的独立包装还是一人份的产品，都是商家对市场进行的调整。

迷你装食品因为很好地解决了消费者的核心诉求，或将成为未来行业内发展的主流方向。有研究表明，产品的多样化会让消费者的满意度提高40%以上。

有业内人士表示，随着市场需求的不断变化，消费者已经开始倒逼产业创新、升级，迷你产品的出现就是一个很好的证明。

沧州市财政局

关于开展预算绩效评价第三方机构信用管理平台信息填报工作的公告

为建立健全预算绩效评价第三方机构监督管理机制，强化信息支撑，切实提高预算绩效评价执业质量和水平，保障财政部印发的《第三方机构预算绩效评价业务监督管理暂行办法》(财监[2021]4号)有效实施，财政部开发了“预算绩效评价第三方机构信用管理平台”(以下简称“信用管理平台”)，并于近日在河北等7省市进行试运行。为做好信用管理平台试运行工作，需对有意提供预算绩效评价服务的第三方机构信息进行采集，具体事项公告如下：

一、信用管理平台基本情况

信用管理平台依托于“财政部统一报表系统”开发建设，主要功能是采集和展示预算绩效评价第三方机构有关基本信息和信用信息，向委托方和社会公众提供第三方机构的信息查询便利，是财政部门监管第三方机构参与预算绩效评价业务的重要载体，也是预算绩效评价委托方择优选择第三方机构的重要信息支撑。

二、第三方机构信息填报

相关第三方机构主要包括：专业咨询机构、会计师事务所、资产评估机构、律师事务所、科研院

所、高等院校等。

1、信息填报路径。相关第三方机构统一在财政部门户网站“专题专栏”中的“预算绩效评价第三方机构信用管理平台”上填报信息或直接登录网址 <https://tybb.mof.gov.cn> 填报信息。填报信息前，相关第三方机构需自行完成用户注册，经省级财政部门审核通过后，再登录系统填报信息；进行用户注册时，登记(管理)机关所在行政区划一栏，第三方机构要正确选择本机构的工商注册地，即在市级市场监管部门注册登记的，选择沧州市，在县

(市、区)级市场监管部门注册登记的选择相应的县(市、区)。

2、填报内容。主要包括第三方机构相关基本信息和信用信息，具体是指机构信息、法定代表人信息、主评人信息、分支机构信息、合作专家信息、其他绩效评价从业人员信息等。根据信用管理平台要求，第三方机构还需上传相关证明材料。

3、填报时间。请第三方机构于7月7日前完成相关信息填报工作，过后填报系统将关闭。

三、相关要求

参加本次预算绩效评价第三

方机构信用管理平台上线试运行的范围是在全省各市、各县(市、区)进行工商注册，并有提供预算绩效评价服务意愿的第三方机构。第三方机构要高度重视信息填报工作，本着自主自愿原则进行填报，并对填报信息的真实性和合规性负责。

请各第三方机构对本次信息填报工作进行广泛宣传，扩大知晓面，加大参与力度。

联系电话：0317-2033034

沧州市财政局
2021年7月5日