



中秋刚过，与往年相比，今年的中秋节日市场有不少值得说道说道的“新东西”。特别是月饼市场转型已经引起连锁反应，让整个月饼产业链发生了巨大变化——

月饼市场“改弦更张”促转型

本报记者 朱磊 祝伟

中秋节是一年中月饼销售的旺季，然而对于海南经济开发有限公司黄金海景食品厂厂长王强来说，今年却有些愁眉不展。“去年我们销售和代工的月饼大概有17万盒，2000万元的销售额。今年，按照目前的销售情况，能达到1000万元就不错了。”王强说。

从记者近段时间的调研情况看，2013年应是月饼行业变化最大的一年。但主因并非全是国家相关规定的出台，而是月饼市场在按照市场规律自然地“换挡”调整。

“高档”转向“亲民”

日前，记者走访了稻香村、味多美、好利来等知名月饼生产商，发现市场早已放弃“高端路线”，把目光转向了亲民的平价月饼。为人诟病的“过度包装”更是难觅其踪。

在北京西城区陶然亭路的稻香村营业部，记者看到，橱窗里的月饼包装以纸盒为主，价格从59元到429元不等，其中最贵的一款429元的“大团圆”，净重有2.68千克，若以同等质量计算，比其他规格的月饼还要便宜一些。

在我买网、一号店、京东等电子商务网站浏览可以发现，今年各大电商销售的月饼尽管品牌、口味不一，但同样以平价月饼为主，最高的只要500多元。此外不少电商还推出了折扣促销活动，折算下来，每盒月饼的实际售价会更低。

北京稻香村营销策划部李幸存介绍说，稻香村今年计划生产月饼3000吨，与去年持平，产量相对平稳。“我们一直坚持的都是亲民路线，客户群比较稳定。在今年成本上升的压力下，我们还调低了价格。虽然团购量有所下降，但散装月饼的销售量有所提升，这样一升一降，无论是生产量和销售量受影响都不大，只是企业利润受到一些损失。”

日前，某知名门户网站发起一项“月饼消费调查”显示，有81.17%的消费者购买月饼主要是用于赠送亲朋好友，而若自己购买月饼，60.23%的消费者接受60元以下的平装月饼。消费者诉求与月饼市场的表现形成了良好的呼应。

一位市场分析人士接受采访时表示，从行业发展的情况来看，月饼淡出“高档市场”是规律使然。一个产品上市也好、退市也好，重点在于有没有市场，没有市场的话，退出只是时间问题。无论是中央“八项规定”，还是最近出台的严禁公款送月饼送礼，都从政策上加速了月饼淡出“高档”的步伐。



顾客在北京稻香村食品店选购月饼。
北京大街小巷中秋节气浓厚，平价月饼也成为市场上的主流产品。

本报记者 李树贵摄

“薄利”挤出“泡沫”

“不管企业如何努力，今年的月饼市场份额都会有幅度不小的下降。”中国焙烤食品糖制品工业协会理事长朱念琳表示，今年全国月饼生产量约为28万吨，基本与去年持平。但市场销售额预计在100亿元左右，比去年同期160亿元的规模降了不少。

再加上“过度包装”逐步从月饼行业剥离，整个行业已挤出了高利润“泡沫”。

“企业虽然利润受损，对整个行业来说却是个好事。”王强也表示，月饼行业已经进入了薄利时代。除去设备投入、折旧、人工等费用，月饼净利润在20%左右，虽然高于平常糕点5%的利润，但是由于原材料价格的上涨，而月饼售价却不增反降，企业利润自然大幅缩减。另外，一年3个月的生产销售周期，风险性很高，全年均摊下来利润并不高。在利润被“摊薄”的情况下，月饼市场进入充分竞争阶段。加上国家各项规定助力，月饼行业面临结构调整的最好契机。

从市场反映看，稻香村、味多美、好利来等品牌月饼生产企业规模在逐步扩大，设备和技术也在不断更新。面对市场竞争的白热化，这些品牌企业已经开始对市场细分，进行产品创新，针对不同的消费者，生产不同的产品，并且在焙烤工艺上也不

断推陈出新；老百姓也逐步经历月饼品牌的认知过程，进入理性消费阶段。

在这样的前提下，一些小型企业及作坊式工厂会被淘汰出局，月饼的产业集中度逐步提高。根据中国焙烤食品糖制品工业协会的最新统计，目前国内有1万多家月饼生产企业，产能在1000吨以上的月饼生产企业有50多家，行业前100家企业年产量占到月饼总产量的40%。这组数据同样佐证了月饼行业今后的发展趋势。

“创新”催生“裂变”

在哈根达斯北京国贸店，记者点了一块冰激凌月饼，售价70元，正常月饼大小，买者络绎不绝。

店员介绍说，哈根达斯进入中国的月饼市场已经有五六年，中秋前后，店里每位光临客人必点冰激凌月饼，流水量惊人。不仅哈根达斯，肯德基、星巴克等洋品牌也纷纷进入月饼市场，产品兼具中西文化因素，很快占据了年轻人的市场。

反观中国的传统月饼厂家，依然保留着一窝蜂上去哄抢一块蛋糕的习惯，能做出差异化细分的企业甚少。如何进一步创新，是月饼行业必须要正视的问题。

朱念琳指出，目前中国月饼市场的潜力在150亿元到200亿元之间，人们对传统口味的执著，让月饼产业极难突破这个发展区间。多年来，中国的月饼企业并不

乏创新之举，并有不少创新成功的例子，但在创新与传统文化的结合方面，在创新的突破性方面，在创新的深层次发展方面，还有很多文章可做。

“月饼产业不能再抱残守缺了，必须以创新催生裂变。”长期关注消费社会学研究的清华大学教授孙凤对记者说。

首先是产品的“裂变”。虽然传统产品仍然是主流，但月饼产品更加多样化的发展趋势已不可逆转。国内的月饼市场必须顺应趋势，在消费者年龄结构的深度和所在区域的广度的开拓上下功夫，让差异化、功能化的月饼逐渐代替传统月饼，从而占据可观的市场份额。

其次是市场的“裂变”。新市场的开拓不但要研究口味、包装等战术问题，更要研究深层次的战略问题。市场反馈的信息显示，月饼的经销商正在加大新市场开拓的力度，特别是海外市场。

中秋节前，广东发布消息称，当地28家出口月饼生产企业加大“走出去”的步伐，共出口月饼1484吨，同比增长15%。产品主打民族风格，并根据各国不同的习俗加入了不同的文化符号。这让在国内市场摸爬滚打的厂家艳羡不已。

“月饼是中国传统文化的结晶，其意义已经超越了食品本身。让全世界认识中国的月饼，加快月饼‘走出去’的步伐，是国内企业必须做的战略选择。”孙凤说。

市场发现

长春——

厂家及时调整产品结构

本报记者 李己平

9月19日，记者在长春欧亚商都超市米旗专柜看到，左侧精品月饼摊前门庭冷落，右侧散装中低档摊人头攒动。一位专注挑选月饼的小伙子告诉记者，往年夫妻单位各分一盒月饼，今年没有分，所以就来买散装月饼。“全家一人一块，吃月饼就是象征，祝福家庭美满，团圆圆。”

一位售货员对记者说，“我们今年最

贵的月饼299元一盒，目前剩下最多。五六六十元一盒的早断货了。今年大客户订单也明显减少，一次预订30盒就算是大单了。”米旗专卖店店长张丽丽给记者算了一笔账，高端品种比往年少五六斤，总销售额能达到去年的80%。每年有30%是集团购买，一盒月饼定价到2000多元。今年反倒是散装月饼销售数量是往年的一倍。

欧亚商都副总经理吕兴彦说，“中秋

前，吉林省纪委连续下发两个通知，严禁

中秋节公款购买月饼，欧亚集团将这一

讯息及时反馈给米旗、真子等商家，建议

生产商调整产品结构，多生产中低价位

的月饼，减少过度包装，避免产品积压。

从今年的销售状况看，以大众消费为主

的月饼销售较好，而以送礼为主的礼盒

月饼仅占销售额的10%左右。”

广州——

中秋节期间，记者走访广州的大小超市、酒店的月饼销售点发现，今年的中秋月饼纷纷脱下“豪华外衣”，转走“平民”路线。千元高价月饼不见踪影，百元的盒装月饼成“主角”。“今年我们的月饼礼盒零售价格在200元以下，基本用传统的铁盒和纸盒包装，外观设计也以简约为主。这些款

庞简单且价格适中的盒装月饼最受市民欢迎。”广州酒家的门店销售人员告诉记者，去年原价888元的月饼豪华礼盒已退市，目前最贵的只有488元的中档商务礼盒，但销售明显遇冷。

记者调查发现，不仅是广州酒家，各大知名月饼品牌纷纷转向“平民化”。在广州大型

超市以及月饼专卖店，近九成月饼以简单盒装销售，价格在100元至300元不等。而在城乡接合部的小超市、便利店以及临时月饼销售摊点，最低不到20元、最高刚过百元的月饼成为主流产品。

“今年百元月饼的选择性更多了，但部分月饼的价格略涨了10元左右。”在吉之岛东圃广场店，记者遇到了前来购买月饼的陈大姐。这位精打细算的主妇表示，今年月饼总体市场价格比去年上涨了10%，但涨幅尚可接受。据了解，今年莲子、咸蛋、五仁坚果等主要月饼原材料同比涨幅均超过了17%，人工成本上涨约30%。受原材料综合成本和人工成本上升影响，各大知名月饼品牌纷纷转战百元中端市场，并通过简约的包装设计降低月饼成本，减小月饼销售价格的上调幅度。

宁波——

自制月饼俏销

本报记者 郁进东

今年，浙江宁波月饼市场大众消费成为主流。市民热衷购买本地产品的散装月饼，消费人均100元的“平民”套餐。

节日期间，记者在华润万家宁波江东路、三江超市等处走访时发现，不少市民围着赵大有、草湖、缸鸭狗等老字号企业的自制月饼赞不绝口，竞相购买。市民赵小姐不但首次挑选了零散装的赵大有月饼，还多买了几盒带给老家的亲朋好友品尝。草湖、缸鸭狗等宁波老字号企业负责人告诉记者，今年几百元一盒的豪华包装月饼不好卖了，反倒是物美价廉的自制月饼特别好卖。

不少宁波市民还选择中秋节在饭店订上一桌，和亲朋好友一起共度佳节。通过大半年的大众化转型，今年中秋节，宁波石浦、向阳渔港、江南美景等餐饮酒店的价格只有去年同期的一半，人均在100元左右，颇受市民欢迎。石浦大酒店负责人告诉记者，中秋当天的包厢基本为个人消费，营业额也比前段时间高出一大截。

哈尔滨——

高价月饼难觅

本报记者 倪伟龄 通讯员 黄力辉

今年的中秋节，哈尔滨处处洋溢着“风清气正”的节俭之风。

依靠节日礼品支撑的商场，今年月饼销量减半，往年配有葡萄酒、鱼翅、燕窝的“千元礼盒”月饼难觅踪影。传统的老鼎丰、秋林、米旗、好利来、桃李等当地品牌月饼生产厂家，纷纷推出散装月饼和中低档包装盒促销；位于友谊路的沃尔玛卖场，过去中秋节期间总能接到采购月饼大单，今年竟没有一笔团购；在哈尔滨繁华的商业街爱建路上，可见沿路商家纷纷打出促销打折招牌，月饼“半价销售”比比皆是。

除了禁止公款送月饼之外，哈尔滨市很多单位还取消了文艺汇演、燃放烟花等节庆活动。退休干部尹素芬说，过去是节日难过，一个中秋节下来，搞得很多人走动关系不堪重负。今年这样节俭过中秋非常好，节省没必要的节日开支，更注重感受中秋佳节家人团圆的气氛。

“两节”期间，山东省枣庄市峄城区组织工商、食品药品安监等单位对商场超市、集贸市场等开展拉网式检查，严厉打击销售假冒伪劣食品行为。图为工商人员在超市进行执法检查。

孙启路摄

金视界

节日市场食品安全不放松



本版编辑 王薇薇 于泳