

月饼市场：

包装不奢华 平价成主流

编者按 一年一度的中秋佳节临近,各地月饼销售进入旺季。《经济日报》记者近日走访多地月饼市场发现,不少城市的月饼已脱下华丽的“外衣”,中低价位月饼礼盒成为市场主流,大众消费成为月饼市场的销售主力。同时,有些地方乱开发票等乱象仍然存在,电商销售渠道尚有部分监管盲区,在一定程度上扰乱了月饼消费市场秩序。

北京：

品种多价格低

本报见习记者 袁勇

中秋将近,北京月饼市场持续升温,记者走访发现,以往天价月饼已难寻觅,平价月饼成为市场主角。

在北京一些超市,到处都能看到顾客围着月饼售货区在咨询、挑选。沃尔玛宣武门店的售货员告诉《经济日报》记者:“今年的月饼销售比去年好,一是散客更多,二是中小型团购回暖,更重要的是价格不高,大家买得放心。”

记者在北京市不少超市看到,今年月饼的包装少了奢华,价格十分亲民,从几十元到几百元一盒不等。稻香村、全聚德等北京本地品牌最受欢迎,与此同时,来自广东、香港等地的月饼也越来越多,成为公众购买的新选择。

消费者购买热情高涨,各大厂商为了促销也是倾尽全力,各式各样的促销介绍写满了广告牌。稻香村等品牌推出了买5送1活动,而天津的桂顺斋更是推出了“买1送2”的大力度促销。同时,一些超市也配合各厂商推出了满减活动,以期提升月饼销量。

而在一些食品专卖店,虽然少见促销活动,但是销售一样火爆,记者随机走访了几家味多美食品店,发现大部分月饼都销售一空。在味多美长椿街店,记者看到几十箱月饼礼盒摆放在店内,前来购买的顾客络绎不绝。刘先生购买了4盒月饼礼盒,他告诉记者:“这是我第二次来买了,相比于超市里的月饼,甜品店做得更新鲜。”

而一些西式餐饮店推出了一些兼具中西特色的月饼,价格较中式月饼略高,但是受欢迎程度丝毫不减。作为以咖啡饮料著称的连锁店,星巴克共推出了单盒价格分别为328元、428元和598元的3款月饼,其口味也偏西式,深受中青年顾客的喜爱。哈根达斯则像往年一样推出了月饼冰激凌,共有7种礼盒,价格从每盒278元到868元不等,在复兴门百盛购物中心一楼,哈根达斯设置了专门的月饼券提货区,排队提货的顾客从商场里面一直排到商场外面十几米,以年轻人为主。

深圳：

企业团购渐少

本报记者 杨阳腾

中秋将至,深圳月饼市场营销战已进入尾声,企业团购订单逐步减少,超市里也呈现销售员多顾客少的状况。与曾经“高大上”的豪华月饼相比,今年深圳酒店、超市都走起亲民路线,100元至300元价格区间的月饼占主流。

9月23日上午,《经济日报》记者在福田区中心城家乐福超市进行采访时看到,超市指定销售专区货架上摆满各种月饼,既有散装、袋装,又有盒装。大部分盒装月饼价格在200元左右,也有50元以下的平价礼盒。超市内摆放了大批散装月饼,价位从每斤9.9元到20元不等。

据了解,深圳超市月饼预订及销售8月初就已开始,持续50多天。距离中秋节只剩一周时间,家乐福超市月饼存货还是满满的。同样,位于深圳景田路的岁宝超市,记者发现散装月饼顾客比较多,盒装月饼区比较冷清。对此,一位导购告诉记者:“今年销量明显不如前几年,尤其是团购方面,以前企业预订的很多,今年接单比较少。”

今年星级酒店的月饼也放低了“身段”,价格亲民。深圳福田香格里拉酒店销售处工作人员张艳告诉记者,今年该酒店共推出9款月饼礼盒,其中218元的两款销售最好,已经售罄,248元和288元的两款余货也不多了。记者注意到,该酒店最贵的一款为2688元,但其中包含的月饼实际为288元,另外还附加了普洱茶、香槟、人参、花菇、水果、香薰礼盒等6种产品。据了解,晶都酒店、圣廷苑酒店、东海朗廷酒店等深圳五星级酒店,今年的月饼礼盒也走平民路线,最低售价分别为118元、188元和198元。

依托互联网,一些月饼商还积极进行电商营销玩出新花样。华侨城酒店就推出微信卡券,通过酒店微信公众号完成购买礼券自用或赠送给亲友、领取、寄送等全流程。他们还推出“会说话的月饼”,消费者购买月饼馈赠亲友可预先录制一段语音祝福,随同月饼礼券一同赠送,还可以转发至微信群召集好友抢月饼。

中秋吃不吃月饼,吃什么样的月饼?记者随机调查发现,大多数消费者对传统口味月饼兴趣不大,不吃月饼“无所谓”,仅有部分老年人表示一定要保持这个文化传统,还有人会坚持在中秋节以月饼、西瓜等水果“敬月亮”。八成消费者表示购买月饼不是自己吃,多为走亲访友备礼,过节吃的月饼也主要是收到的礼物。



9月24日,山东省东营市东营区文汇街道银座购物广场,市民在喜购月饼。中秋临近,当地市场货源充足,保障供应。

上海：

网上销售成为潮流

本报记者 李治国

《经济日报》记者走访上海主要的月饼销售网点之后发现,在“互联网+”的背景下,网上销售月饼已经成为潮流。

连日来,上海南京路步行街的泰康食品店门口一直有排队买月饼的市民,营业员手拿简装的纸盒,每6块装一盒,每块月饼售价4元。市民张先生说:“就是自己家人吃,不用花里胡哨的包装。”不少月饼销售的实体店销售人员也表示,今年月饼的销售量基本和去年持平,乐观预计能有小幅增长。

相比线下实体店,在网络上,电商对销售月饼的热情早已经“高涨”起来,销量激增。如今,

兰州：

传统农家月饼畅销

本报记者 陈发明

在甘肃省兰州、武威、白银等地,向来有中秋节蒸制手工千层饼的传统。这种月饼好吃,制作也较复杂:用当地产的面粉和好,擀成几张薄薄的大饼,每一层分别抹上姜黄、炒熟磨碎的胡麻籽、苦豆末、玫瑰花瓣、红曲等原料,卷在一起做成一块麦垛状的大圆饼,既色美味香,又绿色健康,同时还寓意团圆。

近年来,乡土味十足的农家千层饼逐渐从乡村走向城市,受到越

西安：

商家乱开月饼发票

本报记者 雷婷

9月24日,《经济日报》记者在西安市城区内的多家星级酒店进行了暗访,以往那些动辄几千上万元的“天价月饼”少见,但不少酒店都明确表示,购买月饼礼盒、礼篮可以根据客户的需求开餐费、会议费、住宿费等其他项目的发票,方便用于报销。

在西安曲江新区慈恩东路上的西安豪享来温德姆至尊国际大酒店内,一处原本用于客人休息时摆放

月饼礼盒原价198元打折后价格为62元,月销量已经超过10万件。

除了利用淘宝、京东等电商平台之外,不少企业也利用微信公众账号、微信朋友圈等渠道,推出了多种定制月饼,这类定制月饼既有走高端路线的月饼礼盒,也有走平价路线的简装月饼。与传统月饼不同,这类私人定制的月饼更关注产品的独特性,无论外形、馅料还是印花都是独一无二的,有消费者表示这正是他们选择私人定制月饼的最大原因。“每年过节都是买普通月饼,感觉没有创意,定制月饼正好可以弥补这方面的遗憾。”上海市民张先生表示:“送月饼不是越贵越好,有时候更代表一种心意。”

值得注意的是,由于电商销售渠道还存在部分监管的盲区,个别商家仍然在网店上推出搭售红酒、海鲜、茶叶的“高价月饼”或者“月饼券”,一般售价都在千元以上。

记者,现在有很多企业给员工发中秋月饼,都定做千层饼。最近一段时间,基本上每天有四五家企业下订单,一天要用70袋面粉,位于永登县城的3家直营店每天都要往兰州发两车千层饼。靠着千层饼打出品牌的丁娃食品生意越做越大。除了纯手工制作的千层饼,目前,企业已有两条玫瑰饼自动化生产线,日产玫瑰饼15万块;两条烧饼加工生产线,日产各类烧饼3吨。

“我们现在的产品包括传统特色千层饼、苦水玫瑰饼、玫瑰鲜花饼、兰州百合饼等30多个品种。”薛永琴开玩笑说,大家都知道兰州有“一条河(黄河)、一本书(《读者》杂志)、一碗面(牛肉拉面),以后还要有一块饼,就是我们的千层玫瑰饼”。

钟鼓楼附近的钟鼓楼饭店,同样得到可以开餐费、会议费等类型发票的承诺,因为销售火爆,记者只能买个规格礼盒剩余的尾货了。此外,西安城区内的皇冠假日酒店、西安威斯汀大酒店、西安香格里拉大酒店、西安君乐城堡酒店、曲江宾馆、西安金花豪生国际大酒店等多家星级酒店,月饼价位多在100元至400元之间浮动。其中,有两家酒店明确表示开发票只能开“月饼”,3家酒店未明确表示可开什么项目,6家表示可以在发票项目开具时方便顾客报销。

一位酒店业内人士向记者透露,购买月饼礼盒、礼篮后,要求更改发票项目多是因素要的发

记者又走访了市内著名景点

国家发改委：

8景区门票违规收费案被查

本报北京9月24日讯 记者林火灿报道:国家发展和改革委员会今日通报了河北省秦皇岛市老龙头景区不执行政府定价等8起景区门票违规收费案件查处结果。价格主管部门已责令相关景区改正,并依法实施行政处罚。

根据通报,河北省秦皇岛市老龙头景区核定门票价格60元/人,但该景区擅自增加90元/人的“套票”,并以“60元只是进门票价,90元包括里面所有景点”为由,诱导游客购买。河南省郑州市花洲书院核定票价30元/人,但该景区在节假日期间,擅自按60元/人的标准向外地游客收取门票。内蒙古兴安盟阿尔山国家森林公园景区违反“由消费者自由选择”的规定,将客运索道(70元/人)和滑道(40元/人)以110元/人的价格捆绑销售。福建省邵武市天成奇峡景区违反规定,擅自收取景区内交通运输服务费,收费标准为锦溪游2元/人次,散客陆地游30元/人次。湖南天门山景区不执行免费政策,要求持有残疾证的游客购买门票。黑龙江五大连池温泊景区不执行免费政策,要求持有残疾证的游客购买半票。安徽省广德县太极洞景区要求持有学生证的游客购买全票。

农业部等三部门：

出台农业电子商务发展计划

本报北京9月24日讯 记者乔金亮报道:农业部、国家发展改革委、商务部日前联合印发《推进农业电子商务发展行动计划》,提出到2018年,农业电子商务基础设施条件明显改善,制度体系和政策环境基本健全。

《计划》围绕5个方面制定了20项具体行动计划。一是积极培育农业电子商务市场主体,实施能力提升、平台对接、电商拓展3项行动;二是构建农业电子商务公共服务平台,实施网络集货、产品推介、信息共享、质量监管、运行保障5项行动;三是大力疏通农业电子商务渠道,实施渠道延伸、市场转型、模式创新、基础支撑4项行动;四是加大农业电子商务技术创新及其应用能力,实施技术创新、示范推广、标准推进、政策研究、智库应用5项行动;五是加快完善农业电子商务政策体系,实施政策支持、硬件支撑、运营支撑3项行动。

全国供销合作社：

前8月销售额保持较快增速

本报山东潍坊9月24日电 记者常理从今日举办的全国供销合作社农业社会化服务暨综合改革试点工作现场推进会上获悉:今年1至8月份,供销合作社系统实现销售总额2.54万亿元,实现利润176亿元,同比分别增长16.8%和14.7%,继续保持了较快增速。

中华全国供销合作总社党组书记、理事会主任王侠表示,较好形势得益于供销系统贯彻落实中共中央国务院《关于深化供销合作社综合改革的决定》。多地的实践证明,供销合作社以农业社会化服务为切入点,为各类新型经营主体和广大农户提供综合性、全方位的农业生产经营服务,是推动农业适度规模经营、促进农业现代化的重要途径和现实选择。

目前,供销系统正按照国务院关于积极推动“互联网+”行动的指导意见,对全系统发展电子商务进行整体谋划和统一部署,总社中国供销电子商务平台已经开始试运行,网站名为“供销一家”,下个月正式运行。

国家林业局：

加强巡查保护候鸟迁徙

本报北京9月24日讯 记者黄俊毅报道:国家林业局今天发出通知,要求各省、自治区、直辖市林业厅局在今秋冬季采取强有力手段和措施,对候鸟迁徙的重要通道及停歇地进行野外保护和巡查,使大批候鸟在迁徙季节能够安全停歇、自由飞翔。

通知要求,即日起各地林业主管部门要立即组织力量,对鸟类等野生动物主要分布区、越冬地、繁殖地、迁飞停歇地和通道,以及集群活动区,加强巡护值守,采取强有力措施,严防猎杀候鸟和破坏栖息地等现象的发生。尤其要加强非法猎捕工具的检查,对使用网捕、毒杀、激光照射和排枪等恶劣手段非法猎捕鸟类的行为进行严厉打击。采取措施减少对迁飞鸟类等野生动物的人为干扰,维护鸟类种群迁徙的安全。禁止未经批准擅自进入自然保护区观鸟的行为。



9月22日,来自山东菏泽的拾花工在新疆生产建设兵团第十三师红星二场拾棉花。该场今年种植棉花4万余亩,随着棉花的陆续绽放,该场全力做好各项准备工作,保证拾花质量。

李乾红摄