

狠刹公款送礼举措密集出台 预计今年月饼销量将持续走低

# 主流月饼礼盒价格下降近五成

离今年中秋佳节还有一个多月,但从中央到地方,一系列狠刹公款送礼的举措已在近期密集出台。12天,中国焙烤食品糖制品工业协会发布2014年中国月饼行业市场趋势报告(下称报告)显示,去年中央三发中秋国庆不得公款请客送礼禁令,已让多年来一直增长的月饼行业出现了首次下滑,月饼销售重挫25%,今年预计月饼消费会继续走低。有业内人士称,主流月饼礼盒的价格比去年下降了近五成。



□市场

天价月饼基本消失  
包装主打简约适度

记者12日走访物美、家乐福、美廉美等超市发现,月饼已经开始陆续上架。在物美一家门店,这里销售的月饼以几家品牌企业为主,有北京稻香村、全聚德、苏州稻香村等。

记者注意到,众多月饼品种当中,除了两三款礼盒在400元以上外,其他都主要集中在一两百元。

据了解,往年各大月饼企业每年几乎都以成本为由逐年上涨月饼价格,但是朱念琳昨天告诉记者,如今新形势下企业根本不敢提价,不过与这两年原料成本下降也有一定的关系。

不仅零售价没上涨,一些品牌一上市就开始打折。一家品牌销售人员告诉记者,如果记者确实要购买的话,可以打8折,还有些品牌推出购物满额送中秋礼卡的优惠。

往年在月饼盒里放上红酒等物品等就卖到1000元以上的礼盒已经在超市里找不到踪迹了。“以前上千元的天价月饼主要还是应客户要求,里面放上鱼翅海参等贵重物品,这些月饼现在基本消失”,朱念琳称,以往团购除了看品质外,还看包装,觉得送礼有面子;但现在公款消费被遏制,市场主要是面对大众消费者,企业必须讲究质量,包装更注重简约适度,更注重低碳环保,从而合理定价,诚信经营。有业内人士表示,去年的月饼礼盒市场主流价格在200元,今年则大多在100元左右,下降近五成。

一些餐饮企业往年将月饼销售作为提高利润的一个增长点,然而主打高端餐饮的北京顺峰目前联手大众点评推出的月饼只是正价的5-7折,其目前有团购活动的40余种月饼礼盒中,最高团购价也不超过200元。在淘宝网,一些品牌月饼礼盒售价甚至不足定价的两折。

□点评

卖月饼将不再暴利

“我们认为,高价月饼产量会继续下降,团购销售数量还会比去年减少,月饼礼盒价格将继续呈现整体下降趋势”,朱念琳表示,包装简约、价格适中、营养健康的品牌月饼将是市场销售主流产品。

“对企业而言,生产月饼轻轻松松就可以赚钱的年将一去不复返”,12日的报告直接指出月饼企业应对形势的变化,要把握好三个方面。首先是要“稳住”,要稳扎稳打,要认清消费市场,找准产品定位,制定销售策略要有所保留,做到进退有序;二要“调整”,调整产品结构,调整各价格区间的产品比重,调整销售策略和销售手段;三要“转型”,即企业转型升级,提升产品研发能力,由短线向长线发展,拓宽产品面,加大抗风险能力。

“我们希望行业骨干企业要用平常心对待中秋市场”,朱念琳表示。

(据京华时报)

□发布

中秋前一个月狠刹公款送礼措施密集出台

去年中秋节前,官方曾在两周内连发三道禁令,狠刹中秋、国庆“双节送礼”,并开通网络专题举报,对顶风违纪者快查严办。相较于去年,官方今年向“月饼腐败”喊“刹车”的预警信号释放得更早。

7月30日,中央纪委监察部网站以“公款送月饼问题回

潮”为话题,进行了一场“反腐三人谈”。访谈中还播放了记者暗访“黄牛党”卖购物卡、酒店高价月饼的短片,意在提醒要严防公款送月饼等现象回潮。

7日晚间,中央纪委监察部网站“每月e题”栏目邀请广大干部群众监督举报公款送节

礼、公款旅游等不正之风,严防公款送月饼节礼等“四风”反弹。10日,中央纪委监察部网站开通公款送月饼等“四风”问题举报窗,同时宣布将每周通报各级纪检监察机关查处的违反中央八项规定精神的案件。

此外,为严防公款送月饼节礼等歪风回潮,一些地方和

部门已陆续采取措施。比如,7月24日,中央国家机关工委就印发通知,要求国家机关中秋、国庆节假日严禁送礼、宴请、旅游、发放财物。8月8日,湖北省纪委向全省发出通知,严禁中秋期间用公款购买赠送月饼等节礼,对顶风违纪者将严肃处理。

□解读

节日前出重拳已成惯例

国家行政学院教授汪玉凯表示,作为仅次于春节的第二大传统节日,中秋期间狠刹公款送礼吃喝等歪风,其重要性不言而喻。落实中央八项规定精神一年多来,每逢重要时间节点重拳频出,已成为众人皆知的一种“惯例”。在“逢节必令”已成官场廉政新规的当下,对于“节日”的时间概念也逐渐扩大,比如今年离中秋节还有一个多月,中央和地方

各级纪委已密集出台狠刹公款送礼的举措。但是,与禁令紧迫相对,送礼风正在向隐蔽化发展。汪玉凯认为,铲除官场中的利益交换,根本在于规范权力运行。

在汪玉凯看来,公款送礼折射出的是权力寻租、“一把手”权力得不到监管以及“三公”经费监管不到位等问题,尽管三令五申仍无法遏制,还需要从制度规范入手加强对权力

的监管,将权力关进制度的笼子。与此同时,纪委系统的监管固然起到威慑作用,但是仍要加强监督,将权力运行曝光在阳光下之下,接受群众的监督。

“虽然离中秋节还有一个多月,但伴随着月饼订购广告的‘忽悠’,认为‘风过草抬头’的人又开始心痒痒了。”网友“司马晓光”在中纪委网站留言道。

《中国纪检监察报》的一段

□统计

去年月饼消费降25%,今年销量将持续走低

“去年中秋节前夕,中央强调,纠正‘四风’必须抓住重要时间节点,要坚决刹住中秋节、国庆节公款送月饼送节礼、公款吃喝和奢侈浪费等不正之风,从而使近年来发展较快的月饼行业出现了多年未有

的下滑态势”,12日发布的报告指出,同时,因为国内外经济形势变化等各种不利因素的影响,进而波及到行业上下游全产业链的市场经营状况降到十年来较低水平。

据不完全统计,去年全国

月饼行业整体下降了25%左右。

“去年25%的降幅几乎全部来自团购”,中国焙烤食品糖制品工业协会理事长朱念琳表示,2014年是全面深化改革整体启动的一年,又是经济增

长下行压力较大的一年。经济形势的变化在月饼行业体现得更加明显。对于今年月饼销售的整体趋势,行业保持审慎,普遍认为由于团购减少的影响,预计今年的中秋月饼市场消费将低于去年。

□企业

提前应对全新情况,合理布局刚需市场

“国家限制三公消费,确实对我们的月饼销售有一定的影响”,北京稻香村董事长毕国才说,团购量销售下滑不小。如果一味靠节日市场,企业只有死路一条,北京稻香村今年早就提前做好了应对。

据悉,为了适应当下不同年龄、不同消费层次的顾客对月饼营养、口味、用途等方面的多样化需求,北京稻香村今

年生产供应广式、京式、苏式、滇式和新京味五大类50个品种。除了在口味上进一步做到好吃、不甜之外,在包装设计上更加突出文化,注重环保,礼盒价格更平民。

记者了解到,在北京稻香村今年推出的32款月饼礼盒中,价格全部控制在300元以内。其中100-200元价位的礼盒数量高达15款,100元以下

的10款,200元以上的7款,毕国才表示,作为老字号品牌,价格上着力推出这种亲民的高性价比产品,旨在向消费者证明品质与价格也可以兼得。

作为北京另一大月饼生产商,全聚德仿膳食品公司方面也表示,与往年不同的是,月饼团购和机关发放市场减少,不过零售市场的刚性需求还是

有的。

为了适应变化,今年全聚德的月饼将不会在产品包装上做大型和复杂的设计。早在今年4月份,全聚德仿膳就召开月饼经销商大会提前抢市场,“今年全聚德、仿膳共推出十几款月饼礼盒,其中价格最低的一款只有49元,比去年最低的98元便宜了一半。”全聚德相关负责人表示。