

# 现烤的、简装的俏过礼盒包装的 月饼市场吹来平价风

记者 白丽媛 通讯员 劳育聪

本报讯 秋空明月悬,又是一年中秋将至。传统的中秋佳节正在逐步靠近,节日的气氛也越发浓烈。团圆、赏月、燃灯、猜谜是中秋节少不了的活动,吃月饼更是过节的惯例。

虽然距中秋节来临还有几天,但月饼已经进入销售旺季。记者近日走访杭城几家大型商场、超市,发现礼盒装月饼市场份额进一步缩减,而且还早早开始打折促销,价格平易的月饼更受青睐。

## 平价月饼分外好销

下午2时刚过,世纪联华庆春店内人流如织,在超市一楼,记者看到,售卖现烤月饼的“五味和”柜台生意很是不错,不时有三三两两的顾客随手带上几只热气腾腾的现烤月饼。

“周末的时候,顾客会排着长队等着品尝一下现做月饼的美味。”负责烤制月饼的工作人员告诉记者,现烤月饼一共有榨菜鲜肉、鲜肉、豆沙、倒笃菜鲜肉四种口味,价格都是2.5元一只。“这几天现做月饼每日销量至少一千多只,顾客多的时候一天可销售几千个,忙都忙不过来。”工作人员告诉记者。

而在二楼的月饼销售区,虽然没有现烤月饼柜台的火热程度,却也不时有顾客过来询价。

“这几天超市月饼的日销售额在每天10万元左右,到了双休日,每天销售额更多。从零售上来讲,今年的销量与去年持平,但是批发与团购量与去年相比有所下降。”世纪联华值班经理谢经理告诉记者,今年的月饼主要走的是平价路线,100元至200元的平民化产品占据了超市的绝大部分。与往年奢华的包装相比,今年月饼的包装也更简约,平价月饼同样会有一个简洁大气的包装,这也是吸引广大消费者购买的原因之一。

记者看到,超市销售的月饼品牌中,五味和、知味观、楼外楼等杭州品牌占据了非常大的比例,几十元到上百元的售价区间给予了消费者充足的选择空间,其中一款最便宜的铁盒装月饼,售价仅为19.9元。

“我们引入了不同品种的月饼,目的就是辐射最多的顾客。”据谢经理介绍,礼盒装的广式月饼主要是倾向于买去送礼的人群,而散装的广式月饼与现烤的苏式月饼主要针对买去自己吃的老百姓,冰箱里存放的香港冰皮月饼相对来说比较时髦,适合年轻人的口味。

记者在调查中发现,一些连锁西饼蛋糕店较之往年最大的不



杭州余杭亭趾供销食品厂每天生产的2000公斤传统手工月饼,当天都销售一空。这家厂生产手工月饼有五六十年历史,由于用土炉灶烤制,月饼特别香、味道正,加上包装简单,价格实惠,方圆十里名气很大。 本报记者 吴元峰 摄

同在于其产品的创新程度,有些针对月饼的口味进行增加与改良,而有些则在外包装上给月饼赋予更多文化标签,如可莎蜜儿不仅仅加入了蛋黄酥,拓宽了月饼的固有种类,还推出“一封家书”的礼盒装蛋黄酥,消费者可以通过免费快递的服务将这盒附有家书的蛋黄酥送到家中,以表相思之情。

## 高价月饼藏身网络

而原本走高端路线的酒店月饼,在今年又呈现什么样的销售境况?

今天下午,记者采访了黄龙饭店的负责人马琳。据介绍,黄龙饭店的月饼都是委托其他的厂家进行加工的,但是原材料的选取以及加工的过程都是在饭店的监督之下的,这就保证了月饼的高品质。今年只推出了广式月饼,价位只有138元、238元和268元三档,主要以零售以及推销给中小企业为主。从价位上来看,黄龙饭店今年并没有以高端、奢华为主题,而且月饼的包装也十分简洁,利用铁盒作为外包装,和去年一样用上了龙的图腾,作为经典的传承。

马琳还告诉记者,黄龙饭店的月饼销售是由8月初开始启动的,到目前为止已经卖出了1万多盒,但是与去年的销量相比还是下降了不少。

记者在采访中发现,虽然中秋将到,反“四风”的禁令使各大商场高价月饼几乎绝迹,但在一些电商平台上却仍可见身影。另有一些高价月饼电商还明确表示,可开具“办公用品”、“劳保用品”等发票。

随着各大网络巨头纷纷在自己旗下的产品中开设支付通道后,近年来,赠送月饼的形式就开始层出不穷,但是有一个特点是相同的,即购买月饼的费用都通过网络交易的形式来进行,而收到的客户多通过扫二维码或者一些验证信息到实体店去取货。

前几天,杭城的白领徐小姐就在微信中收到一条来自朋友的信息,对话框上只有几句话:“送心意,送你一份XX月饼,尽情享受吧!”。“起初我没在意,这种对话框的形式像极了QQ空间中互赠虚拟礼物的方式。”徐小姐说,后来她点击链接后才发现,这其实是一张通过微信已经支付后的品牌月饼券,通过券上的提示,徐小姐在杭州的提货处通过扫二维码的方式取到了一盒价值248元的冰淇淋月饼。

记者在电商网站上还发现,

## 微声音

@hi 单单:作为传统食品月饼的地位确实下降了,但它的确是一种象征,一种团圆美满的象征。所以每年家里都会买,不用吃太多,哪怕每个人咬上一小口就够了。吃的不是味道,而是一种感觉。

@水墨嘉禾:月饼是中秋节必备的食品,如果在过节时少了它,会感觉节日的气氛淡了很多。传统食品能让我们更加深刻地牢记中秋节。

@在下小鲁:特别怀念小时候的中秋节,那时候的月饼没有现在如此多的花样和精美的包

部分店家不仅仅只售卖月饼券,还有一种价格极高的中秋礼品自选册。它不仅仅包含了相对较贵的月饼,还包含了其他各种形形色色的高档礼品,相当于一种变相的提货券集合本,价格则在几百元到上千元不等。

与此同时,网络上回收月饼券的生意也风生水起。记者从一个回收哈根达斯月饼券的淘宝店客服处了解到,他们会以100元每张的价格回收面值248元的哈根达斯玲珑心意月饼冰淇淋的提货券,如果一次性交易超过20张,他们还可以将每张月饼券的回收价提高到120元。而当记者问及如何将这月饼券交到卖家手中时,客服称,只要在网做一个链接让他拍下,再将这些月饼券寄给他即可。再当记者打开了该店“回收月饼券”链接的时候,惊奇地发现成交记录竟然高达126560件。

装,但却吃得放心和踏实。如今,月饼已经不是中秋必备的食品,除了价格上涨船高之外,食品的安全性也让人“望饼兴叹”。

@胜平王大头:月亮代表我的心,月饼寄托我的情,和元宵节吃汤圆,端午节吃粽子一样,月饼是中秋节不可或缺的传统食品。没了铺天盖地的广告宣传,没了天价礼盒月饼,今年月饼市场虽稍冷清,但各大超市和多家网店吹吹“亲民”“健康”风,用散装、养生月饼等招揽消费者,符合现代人崇尚节俭、健康、绿色的潮流。

# 湖州质监实施宽进严管 生产许可证半小时搞定

本报湖州9月4日电(记者 白丽媛 通讯员 沈志坚)今天上午11时刚过,浙江国林地板有限公司办事员周娟英,来到湖州市南浔区审批办证服务中心的质监窗口,办理公司的“人造板(实木地板、实木复合地板)”产品生产许可证换证。让她格外高兴的是,申请材料交到窗口之后不到半小时,窗口的办事员就把新的工业产品生产许可证递到了她的手中,而以往这张证书要70天左右才能拿到。

从过去的70天到现在的30分钟,到底是怎么做到的呢?原来湖州质监局为进一步简政放权、惠企便民,选取了人造板的“当场许可”作为生产许可证审批改革试点项,企业只要资料齐全,30分钟就能领取许可证。湖州质监局监督处处长徐俊平说,国林地板公司拿到的是

湖州首张以“当场许可”方式发出的工业产品生产许可证。

记者了解到,湖州市质监局“当场许可”的审批流程是这样的:申领企业按要求向县区局办证窗口递交完整工作资料后,签署工作承诺书,承诺符合行政许可技术审核要求,县区局受理后对申报材料初审,并以电子文档形式报送市局审查,审查合格者在办证窗口当场许可,市局审核发证。

据湖州市质监局副局长王坚介绍,实施“当场许可”简化发证程序并未降低取证要求,而是把工作重点放在证后的核查和监管上。

据了解,这项探索事前发证“零等待”的改革走在了全国前列,在大大降低企业生产成本的同时,很可能影响未来许可证制度的发展方向。

# 金乡大蒜挂牌新华大宗

本报杭州9月4日讯(记者 袁华明 通讯员 陶燕菲)今天,山东金乡大蒜在新华浙江大宗商品交易中心(以下简称“新华大宗”)挂牌交易,成为新华大宗运营一年来第3个挂牌交易的农副产品交易品种。

山东金乡是我国最大的大蒜集散地,年成交量在250万吨以上,一直是大蒜市场的“晴雨表”。金乡大

蒜在新华大宗挂牌,有助于及时汇总全国大蒜市场运行信息,形成统一信息平台,及时发布我国大蒜产业相关价格指数和预警预报,降低市场风险。

新华大宗自去年7月正式运营以来,已陆续推出贵金属、茶叶、脂松香等交易品种,对于促进产品现货交易、平稳产品价格起到了较好作用。

# 桐庐将建富春山健康城

本报讯(记者 白丽媛 通讯员 何小华 吴小平)日前,桐庐县通过了由省城乡规划设计和省发展研究院设计编制的《富春山健康城总体规划》和《富春山健康城发展规划》,将率先在富春山居图实景地建立健康产业聚集区——富春山健康城。健康城紧邻桐庐县城核心区域,规划总面

积40.73平方公里。健康城将着力打造以现代健康服务业为主,集运动休闲、生态养生、健康管理、高端养老、健康旅游等为一体的健康服务业集聚区,目前已建有奇山国家森林公园、桐君堂医药博物馆等,红豆杉养生基地、颐居乐智慧养生园等一批优质健康休闲项目也即将进驻。

# 全球智能手机销量大涨

据新华社巴黎9月3日电(记者 韩冰)国际知名咨询公司捷孚凯3日发布调研报告称,2014年上半年全球智能手机销量飞涨,占全球手机销量的66%。在智能手机销量大增的带动下,全球手机销量比去年同期上涨8%。

捷孚凯当天在巴黎发布其最新调研成果时称,发展中国家和新兴经济体已成为手机市场增长的主要动力,且这些国家的智能手机市场

远未饱和,潜力较大。

据统计,2014年上半年,包括巴西、俄罗斯、印度、中国和南非在内的“金砖五国”智能手机销售量比去年同期增加32%,而西欧国家增加11%。

据捷孚凯调查,全球范围内智能手机价格呈下滑态势。2013年智能手机全球平均价格已从250欧元(约合329美元)下降到211欧元(约合277美元)。

# 搜狐借力深耕民间小贷

据新华社北京9月4日电(记者 王晓洁)搜狐自2日推出P2P(个人网络借贷)平台“搜易贷”之后再有新动作。搜易贷4日与香港企业亚洲联合财务有限公司签署了合作协议,双方将在风险控制、产品开发、客户资源挖掘等方面开展全面合作,共同打造民间小额信贷平台。

搜易贷首席执行官何捷表示,在互联网时代,越来越多的百姓习惯于通过网络渠道借款、投资、理财,民间金融的活力得以大大释放,这正是搜狐发力P2P平台的初衷。联手专业的金融机构,将借力对方在产品开发、风险控制方面的优势,深耕民间小额信贷市场。

# 一份“高温险”赚不到一支雪糕钱 保险公司新险种为何短命?

据新华社上海9月4日电  
记者 王淑娟 郑钧天

银川的陈先生无奈地说:“想买份高温险赚个雪糕钱的愿望也落空了。”随着高温天气的离去,今夏引爆市场的所谓创新险种“高温险”,也结束了保险期。从该险种销售的30个城市看,达到理赔标准的仅银川一个城市。一开始就被质疑是保险公司和消费者“赌”高温的一场游戏,最终以消费者败下阵来而告终。

近年来中国保险市场类似产品频频出现,除了高温险外,还有“赏月险”、“雾霾险”等,但这些产品均引发市场争议,“雾霾险”甚至刚“出生”就被监管部门叫停。这些“创新”产品是设计缺陷,还是“陷阱”……

度并累计超过一定的免赔天数后,就可获赔。其中,哈尔滨、贵阳、昆明等7个城市免赔天数为零;免赔天数最多的重庆为28天。

“高温险”在推出之初,一度受到不少消费者的追捧。数据显示,“高温险”仅在微信等网络渠道的销售就超过20万份,其中在上海销售近7万份,占总量的三分之一。但保险期内上海没有一天达到37摄氏度,远远达不到11天的理赔门槛。以最低档的10元一份保费计算,众安保险的总保费收入超过200万元。

夏季已过,大多数参保城市都没有达到高温标准,最终“购买大户”上海、北京、天津等地均没有达到赔付标准,只有银川一个城市“达标”。但即便是达到理赔标准的银川投保者,也只能获得每份5元的高温津贴,相比最低10元的保费仍然“亏本”。

“购买保险来转嫁高温风险,还不如购买健康医疗险来得实在。”沪

上一知名保险公司精算师告诉记者,保险公司通过历年气象数据精算得出的免赔天数,几乎是“胜券在握”。对消费者而言,因为保费本身较低,多数人其实都是抱着玩玩的心态购买的。

此外,亦有市场人士认为,对于所有城市均以37摄氏度作为赔付标准,这样“一刀切”的规定是不科学的。更主要的是,37摄氏度的“高温”定义和气象学上的定义并不相同,气象学上,只要达到35摄氏度就算是高温日。

上海财经大学国际金融系主任奚君羊指出,创新险种频频出现在中国保险市场上,但多数只是一种刺激人眼球的营销噱头,而并不具备真正的保障功能,甚至对于保险公司来说,其盈利空间也并不大。

目前来看,这些创新险种由于“不接地气”,生命周期都非常短暂。记者从安联财险获悉,今年中秋节将不会再推出“赏月险”了。首

都经贸大学保险系教授虞国柱介绍说,如“高温险”等的天气保险在国外是一个较为成熟的险种,全球规模约150亿元,并且每年以10%的速度增长。普华永道中国区金融服务主管合伙人许康玮说:“就中国保险市场的广度和深度来说,与国际保险市场相比仍差距较大。我们要理智地看待创新型险种,监管部门之所以批准这些新险种,也是希望通过创新产品,激发中国保险市场的活力。对于国内保险机构来说也是一个经验积累的过程。”

专家认为,真正的天气保险在国内也有很大的需求市场,尤其是企业和个人对于风雨雷雾等非灾难性气象风险的保障需求,或将是未来保险公司的竞争高地。但推出创新型险种并非“先污染后治理”,要激活而非搅和市场。保险公司需科学设计、合理定价,避免产品华而不实。而监管部门亦应合理研判、审慎审批,避免保险产品沦为“赌博品”。

