

离中秋还有两个多月 月饼就急吼吼上市

今年包装有了新国标,部分月饼个头会变大

本报记者 祝瑶 陈婕

“最近我的朋友圈,不是杨梅,就是月饼。”网友小白说,刚刚刷到台州朋友晒的高山杨梅,下一条,就看到一位专做私房烘焙的卖家,晒起了“月饼已经发货”的截图。

冰箱里的端午粽还没吃完,月饼就来抢占市场?虽然离9月10日中秋节还有两个多月时间,但钱报记者了解到,“打头阵”的月饼已在杭城悄然上市,还有杭城月饼厂家开启了今年首场订货会。

在龙翔桥附近的知味观门店,上周刚上架了8只装的筒装苏式月饼,一共有4款,分别为木糖醇百果、木糖醇椒盐、玫瑰豆沙和黑麻口味。“最近西湖边人气旺起来,也带动了月饼销量,一天可以卖出20多筒苏式月饼。”知味观相关人士介绍。

在盒马501门店,市民汪先生看到,鲜月饼小摊已经支棱起来了。“问了店员,最近热卖的是流心奶黄月饼、鲜肉月饼、小龙虾月饼和榨菜鲜肉月饼,目前榨菜鲜肉月饼排到了热销榜的第一。”汪先生买了一盒2只装榨菜鲜肉月饼,零售价为12.8元。

6月15日,烘焙卖家林小姐接到了今年的第一笔月饼订单,有买家点名要5个大溪地香草流心月饼。林小姐表示,去年5月份,已经有外地同行开售月饼了,以至于今年大家都多了一些紧迫感。“卖月饼‘卷’出了新高度,接下来,月饼是不是也能卖半年?”

同样,端午节刚过不久,不少酒店人士已经在朋友圈为中秋月饼造势,开启新一年的月饼预订。

杭城老字号食品企业也在筹备月饼订货会,发力竞争激烈的“月饼季”。“今年我们一共推出6款蛋黄酥礼盒、20余款月饼礼盒,有咸有甜,有荤有素,价格从52元至498元,涵盖各个档位。”在前天的知味观月饼发布会现场,知味观食品工厂副总经理周德兴介绍说。

记者在现场看到,今年推出的新口味就有20多款,包括黄精黑芝麻苏式月饼、松仁金华火腿杭帮月饼、雪莓娘巧克力软心法式月饼、芝士蔓越莓冰沙月饼等。

前段时间,绿码定胜糕成为网红大爆品,这也扩大了知味观在全国的知名度。“现在月饼销售刚刚启动,保守估计有5%的增长吧。”对于今年的月饼市场,周德兴很看好。

“月饼季的重头戏还要再等等,盒装月饼将在7月中旬左右上市。”业内人士表示,从早些年中秋节前一个半月开始筹备,到如今提前60多天布局销售,拉长月饼销售周期,正是眼下月饼生产企业不谋而合的策略。

日前,市场监管总局新修订发布了强制性国家标准《限制商品过度包装要求(食品和化妆品)》,明确粽子、月饼的包装层数最多不能超过3层,包装材料不得使用贵金属和红木材料。对于销售价格100元以上的月饼和粽子,将包装成本占销售价格的比例从20%调减为15%;对于销售价格100元以下的月饼和粽子,包装成本占比保持20%不变。据介绍,该标准将于2022年8月15日起实施。

“虽然原材料、运输费都涨了,但因为包装成本下降,月饼不仅价格没涨,个头还变大了。”周德兴说。



盒马鲜月饼上市

利好消息频频,最近一周旅游行业强劲复苏 浙江景区门票订单量环比增七成 杭州跻身全国热门目的地前三

本报讯 常态化核酸检测有效期从72小时延长至一周、行程码“摘星”、环球影城和迪士尼重新开放……进入6月下旬,利好消息不断,旅游几乎成了不少人这个暑假的“必修课”。

有平台数据显示,近一周,暑期机票预订量增2倍,全国酒店预订量已经超过了2019年同期,最大增幅甚至超五成。各大主题乐园的辐射和带动效应也逐渐显现。



杭州开元森泊度假酒店及其水乐园迎来客流高峰

两大主题乐园重开带动效应明显 多地酒店预订量超2019年同期

6月28日14点,上海迪士尼乐园官宣于6月30日正式开园,售票时间为6月29日早上7点。去哪儿平台上,以“上海迪士尼”为关键词的搜索量瞬时增长380%;上海迪士尼周边酒店瞬时搜索量增长260%,预订量环比6月27日增长了1.5倍。

迪士尼对上海旅游的带动效应明显。去哪儿门票数据显示,6月28日,上海景区门票搜索量较上一日环比增长逾1倍,上海所有景区出票量环比增长了八成。目前,搜索热度最高的上海景区中,排名前六位的全部是主题公园。

据了解,目前全国有3041家主题乐园在正常营业。按照往年趋势,暑期全国主题乐园的门票销量一般可以占到全国景区门票量的三成以上,而上海迪士尼+北京环球影城两大IP度假区,预计将分走全国所有主题乐园约20%的销量。

去哪儿数据显示,近一周,全国主题乐园门票销量top5是:北京环球度假区、成都欢乐谷、芜湖方特水上乐园、广州长隆水上乐园、北京野生动物园。

飞猪数据显示,近一周,飞猪酒店预订量环比增长55%,暑期机票预订量增长2倍以上。携程数据显示,近一周浙江省整体旅游订单量环比上周增长近三成,门票订单量增长近七成,酒店订单量增长超三成。从飞猪的机票预订数据来看,杭州热度全国第三,成都、广州位列前两位,西安、重庆、昆明、南京、海口、青岛和深圳进入最热门的十个目的地城市;杭州酒店预订量环比上月同期翻倍增长。

飞猪6·18大促的核销数据显示,囤完酒店套餐后快速预订出行的消费者越来越多,其中,提前3~7天预约出行的用户占比最高。

去哪儿平台显示,最近一周,全国酒店预订量

已经超过了2019年同期。其中,长沙预订量较2019年同期增幅达58%,海口增幅29%,佛山增幅20%,重庆增幅19%,成都增幅12%,三亚酒店预订量也已基本恢复至2019年同期水平。

酒店和旅游股集体嗨翻 西域旅游一周飙涨60%多

在利好消息的刺激下,旅游股近期连续大涨。昨天西域旅游、张家界等股涨停,旅游板块指数大涨5.77%,是市场涨幅最大的板块。

旅游股的大涨已经持续了一周时间。上周五,旅游股就受到了先觉先知资金的抢筹,板块指数大涨6.01%。最近一周,西域旅游飙涨60%多。

酒店餐饮股板块指数昨天涨3.85%,其中,华天酒店、金陵饭店、同庆楼涨停。

一些明星基金经理早已提前潜伏旅游和酒店股。截至今年一季度末,谢治宇管理的兴全合宜基金成为了酒店行业龙头股锦江酒店的第四大股东;胡宜斌管理的华安媒体互联网基金,一季度新进宋城演艺1685万股,位列第八大股东。

一季度潜伏锦江酒店的基金还有融通行业景气证券投资基金,持股317万股。中欧基金旗下的几只基金自去年底就已经潜伏在宋城演艺,该股前十大股东中有三个是中欧系的基金。

东北证券行业分析师李慧表示,2022年二季度,由于上海、北京等重点城市暴发疫情,旅游市场触底,端午旅游出行数据展现出向好趋势,预计三季度景区经营及旅游市场情况将持续改善,下半年或将迎来反弹。李慧认为,基于休闲度假游的高复购、高客单属性,疫情后休闲景区具备更强的业绩弹性和更高的成长潜力,如宋城演艺、天目湖、中青旅。

本报记者 马焱 刘芃信