

线下商超节前开启第二轮降价,线上平台定制礼盒打到两三折 月饼销量,今年遭遇困局

本报记者 王晶 实习生 顾思睿

“酒店人背了一万盒销售任务、代工厂缺订单‘做三休一’、高价礼盒开始退场……”本该热闹非凡的中秋月饼市场,今年却意外遇冷:卖不动了。

“线下开了30多年的月饼工厂,1000多万元的货直播了30小时,无人问津。”在广东中山,一家老牌月饼代工厂的销售负责人秦露(化名)难掩心中的无奈。

秦露的感受并非个例。中秋节期间,记者在走访中了解到,不论是线上销售平台,还是线下的商超和酒店,打折促销和低价销售已成为今年月饼市场的主旋律。

月饼和卖月饼的人,今年都被困在了销量里。



低价转卖的月饼礼盒 顾思睿 摄



超市内促销的月饼货架 顾思睿 摄

专家观点

从礼品回归食品 月饼需求出现多样化

据中国焙烤食品糖制品工业协会发布的数据,今年中秋节月饼市场,预计产量与销售额约为30万吨与200亿元,较去年或略有下降。

有业内人士表示,过去月饼市场的一个重要支撑点在于其作为高端礼品的属性。在商务往来、亲友馈赠等场合,精美的月饼礼盒往往承载着厚重的礼仪方式和商业价值。然而,近年来,随着商务市场的变化和消费者观念的转变,礼品市场逐渐从“豪华”走向“实用”。

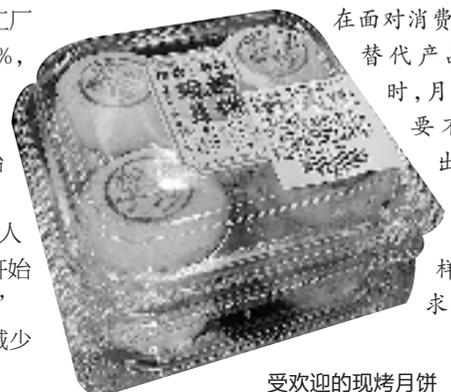
“目前看来,居民对于月饼的自用需求量肯定是在下降,而居民对于月饼产品的需求结构则出现升级。”清华大学战略新兴产业研究中心副主任胡麒牧告诉记者,这是随着国内居民生活水平提升和健康饮食理念的增强而出现的必然趋势,“高糖、过度包装、小品牌的月饼需求面临更大竞争压力,但具有较大影响力和丰富文化积淀的经典品牌以及高性价比的创新产品,依然会有较好的需求空间。”

盘古智库高级研究员江瀚表示:“在经历了一段时间的高端化、礼品化之后,月饼市场正在逐渐回归其本质——即作为中秋佳节的传统食品供家庭消费。这一趋势的出现既是对过去市场扭曲的一种纠正,也是月饼行业健康发展的必然要求。”

“月饼市场有两个主要属性:一是食品,二是文创。其实这两个属性都没有消失,而是在不断升级。”胡麒牧认为,月饼作为传统食品,是中华优秀传统文化的一个重要载体,“所以商家应该深入研究消费趋势的变化,有针对性地对产品制作工艺、用料、包装设计进行创新和调整,为消费者带来更好的体验。”

浙江工业大学管理学院副教授、博士生导师孙庆洲则认为,

在面对消费多元和可替代产品的冲击时,月饼商家也要不断推陈出新,以满足消费者日益多样化的需求。



受欢迎的现烤月饼 顾思睿 摄

A

提前打折,依然难卖 线下商超:月饼辉煌不再

记者来到位于杭州西湖文化广场的盒马鲜生,尽管超市挂出了各式各样的月饼招牌,但是实际售卖月饼的货架只有两个,其中一个货架上还夹杂了蛋黄酥、坚果和蛋卷等零食,许多月饼礼盒更是早早贴上了降价的“红标”。

相比精美的礼盒,超市自制的新鲜月饼反倒更受消费者的青睐。顾客郭阿姨特意早起赶来,就为了买现烤出炉的鲜肉月饼,“这种现烤的才好吃,别的月饼太甜。”

一旁的工作人员介绍,一盒六个现烤鲜肉月饼的价格十几二十元不等,一天可以卖掉两三百份。

世纪联华庆春店是杭州老牌超市,月饼货架在规模上保持住了往年的“繁华”——不同品牌的月饼货架有近十个,整齐码放在二楼电梯口最显眼的位置,每个货架还专门配备了一到两名销售人员,堆起的月饼礼盒差不多有一人高。

“这些月饼已经经过了第一轮小幅降价,往年在中秋节当天或者节后才会开始的第二轮降价促销活动,今年也提前了。”世纪联华庆春店值班经理吴莲莲介绍,今年就连网红月饼“美心”也自降身价,同样的礼盒从过去的368元降到了279元,给出了从未有过的优惠力度。与此同时,辖区政府还发放了相关消费券,助力今年中秋的月饼销售,满100减20,相当于打八折。

优惠活动不少,但月饼依然难卖。吴莲莲介绍,中低端价格月饼成了销售主力,目前销量最好的月饼礼盒价格集中在100元到200元之间,最高端的礼盒也不会超过500元。像知味观、楼外楼这样深受本地人偏爱的老品牌,也不敢把价格定得太高。

在团购订单上,传统商超也不免受到冲击。“团购订单逐年下滑,很难再现从前促销员忙得‘脚不沾地’的情形了。”吴莲莲说。

B

老客流失,指标下降 代工厂家:订单下滑20%

酒店端的销售同样深感“月饼难卖”。有杭州某五星级酒店的管理人员透露,去年其所在酒店的月饼销售指标是80万元,今年则降到了15万元。

有的酒店甚至取消了月饼全员销售指标。上海一家星级酒店餐饮部员工告诉记者:“我们部门几年前的指标是7000盒,今年只分给我们1500盒的指标,有些部门干脆就不用背(销售指标)了。”

在社交平台上,有不少用户在低价转卖希尔顿、洲际等五星级酒店的月饼礼盒。原价三四百的定制月饼礼盒打出了低至两三折的“骨折”价——“官方318元,优惠价68元;官方368元,优惠价88元。”

咨询过程中,一名用户自称是深圳某高档酒店的销售,手里还有不少余货,便挂到网上“冲业绩”,拍下后可以直接邮寄现货。

月饼的销量变化传导到了生产源头的代工厂家。有的大型月饼代工厂今年的订单下滑20%,更有厂家因为接不到订单,甚至“做三休一”。

秦露手里的老客户也不断流失:“现在中秋送礼的替代品变得更多了,很多老板开始选择订购应季水果、大闸蟹这样的礼品。”

另一名在浙江台州做月饼代工生意的负责人刘旺(化名)告诉记者:“月饼行情不是今年才开始走低的,去年的出货量其实就已经明显下滑了。”

刘旺表示,工厂为压缩成本,今年甚至减少了部分一线流水工人。