中秋卖不动

拓展县市区销售,弥补本地亏空

本地月饼消费市场缩水,倒逼月饼企业转型

qiangxiankan 抢鲜看 点题热线:6610123

本报9月8日讯(记者 齐金钊) 临近中秋,月饼进入了销售旺季。在“节俭风”的号召下,当下这个月饼销售旺季俨然已经变为月饼生产企业的“大考”日。政府机关团购订单大幅缩减,高档月饼风光不再……面对一系列的市场变化,月饼生产企业当下的处境很是“煎熬”,如何在新形势下“突围”,成为了月饼生产企业亟需解决的问题。

本地月饼消费市场“缩水”,倒逼着月饼生产企业不得不向外寻求更大的销售渠道。

“以前我们专注做本地市场,今年烟台的县市区和省内其他城市都成了我们的目标市场。”南沪食品有限公司的董事长李广宇介绍,为了应对今年月饼销售形势的变化,公司不得不加快了对县市区的推广力度,营销团队也已经进驻济南、青岛等城市,以弥补本地市场萎缩带来的亏空。

“这是对我们营销能力的一次考验,必须逼着自己去更远的海里打鱼。”李广宇说,随着政府机关和事业单位等“大鱼”的减少,月饼生产企业必须做好大浪淘沙的准备,一方面必须保证自己产品质量过硬,另一方面要开拓新的市场领域寻求新的利益增长点。

尽管企业暂时受到冲击,但“节俭风”的好处是显而易见的。据南沪食品的工作人员介绍,在公司的产品体系中,高档产品的份额大概占到了一到两成,这些产品一方面是为了迎合部分消费者的需求,另一方面也是为了体现公司的产品制作工艺,在今年,公司仍然保留了一小部分高档产品,但是在外包装上力求简洁实惠,因此成本降下来不少。“同样是400多元的月饼礼盒,今年一盒能多出两三块来。”李广宇介绍,由于包装成本降低,公司高端月饼礼盒的分量今年有所增加,市民购买同样价位的月饼礼盒能享受到的实惠更多了。

企业反思

减少铺张浪费 盯住平民消费

今年夏天,百纳餐饮旗下的锦绣江南餐厅悄然改头换面,原本主打宴请招待的酒店新推出了平民餐厅,一顿饭的人均消费最低不到20元,吸引了不少市民光顾,上座率一度达到150%以上,远远超过了以往大厅的上座率,一扫上半年萧条冷清的景象。

无独有偶,为了在“节俭风”下继续生存,碧海饭店、东上海鲜等星级酒店在夏天纷纷推出了烧烤大排档,以平民价格吸引大众消费,而推出“半条鱼”、“光盘行动”倡导也早已成为今年各餐厅的常规活动。

“以前一盒月饼能有五六层包装,为了面子还不得不买它,现在实惠多了。”日前,在南大街一家振华量贩超市购买中秋礼品的市民周女士告诉记者。

如今,再走进商超,以往的“高档”、“奢华”等营销字眼几乎已经销声匿迹,剩下“实惠”、“优质”等更具说服力的宣传语继续招徕着市民,市场上难觅“高价月饼”、“天价烟酒”等产品,反而是贴近百姓消费的大众化商品稳稳地成为了这个中秋消费的“主角”。

“节俭风”吹来后,以往攀比、虚荣作祟下的畸形消费观念得到纠正。工厂、商超也逐渐改变了以往的营销策略,过度包装等现象得以遏制。针对现在的状况,市区一家大型超市的经理这样感叹:“现在大家不再攀比谁更有面子了,而是比谁买的商品更实惠了。”

本报记者 齐金钊

包装行业,不少老板喊头大

中秋订单不及去年一半

本报9月8日讯(见习记者 张倩倩) 走进烟台各大商场超市,今年礼品包装也“朴素”了不少。在“节俭风”劲吹的背景下,烟台礼盒包装印刷类企业深受影响。

8日,记者采访了十余家公司,他们一致表示业务均有下降,其中有两家公司称效益下降了五成。

“跟去年比,营业额下降了50%。”烟台宇鹏印刷厂总经理王总介绍,“不仅高档礼盒的订单降了一大半,中低档礼盒也在减少,今年中秋期间订单大概有20多万,跟去年相比下降了一半。”

烟台牟平一家包装印刷公司销售部周经理也向记者坦言,自今年春节以来,他们的订单就一直不多,老客户的订单结构也发生了不小的变化,豪华礼盒量锐减,尤其指出中秋节的订单远远比不上往年。“中秋是大节日,我们还指望中秋节能多拉点订单的,但结果不到去年的一半。”

对于巨大的政策变化和市场冲击,大多礼盒包装印刷公司都表示难以应对,只能在业务方面加强与老客户联系,并进一步拓展新客户。“限于高成本的设备,不可能说调整或更改业务,只能走一步看一步。”一位印刷厂的销售经理介绍。

对于印刷类企业来说,拓展业务服务面也是应对市场变化不可或缺的一步。

烟台牟平区一印刷公司主要是做节日性烟酒类礼盒、月饼礼盒和海参礼盒,其业务相对单一,结果今年效益下降了三分之一。而市区一家彩印印刷公司的销售部张经理介绍,由于他们公司涉猎的业务比较广泛,样本、画册等为主,礼盒包装印刷只是一小部分业务,所以受本次“节俭风”影响很小。

据了解,礼盒设计、包装、印刷类公司作为产业链的环节之一,在整个商品的包装、营销中地位越来越重要,这些年印刷类企业发展也极为迅猛,但受整个大环境的影响,印刷类企业正经历“寒冬”,业内人士认为,何时迎来“暖春”,还得看政策导向。