

# 网购“纸礼品” 便宜更要看质量

临近中秋国庆双节,各种礼品开始火爆促销,不仅月饼销售火爆,各路销售阳澄湖大闸蟹的商家,也不可避免地展开了螃蟹大战。记者调查发现,对网上促销的以超低价预售大闸蟹促销券——纸螃蟹是否出自阳澄湖,不仅网友提出质疑,就连街头实体螃蟹店也表示怀疑。而中秋的传统食品月饼,网购虽便宜但未必放心。

## 大闸蟹价低质难保

阳澄湖大闸蟹促销券价格高低有别,根据单只螃蟹的重量,最高的625元/500g,最低的10元/500g,差别极大的价格,引来不少网友“围观”。不少网友表示:“这么低的价格,是真正的阳澄湖大闸蟹吗?”

记者在网搜索发现,“阳澄湖大闸蟹现货”就有1022个宝贝。有家店主打出了“预售给力,六月黄现货更给力”的促销标语,标价32元/只,促销价17.92元/只的优惠价格,淘宝卖家表示,

这些螃蟹都产自阳澄湖。

至于如此低廉的价格,如此早上市的大闸蟹是不是真正出自阳澄湖。从价格上来说,在阳澄湖养殖基地的批发价格在百元以上,专卖店每500克的价格约300元,所以对于网上售价极低的大闸蟹的出处,他很怀疑。再从上市时间来看,这位商家负责人表示,“现在距大闸蟹上市还有20多天,估计在实体店,你肯定找不到真正的阳澄湖大闸蟹,至于网购的是何种蟹,可不好说”。

记者了解到,阳澄湖大闸蟹行业协会会长杨先生在接受媒体采访时曾表示,协会正在调查各个规格阳澄湖大闸蟹的成本,近期将汇总数据,如发现电商刻意操纵、压低价格,会启动调查程序。淘宝网也对媒体表示,销售中如出现以假乱真、短斤缺两、死蟹等,淘宝网将直接动用每户商家50万元的保证金先行赔付。



## 网购月饼也不省心

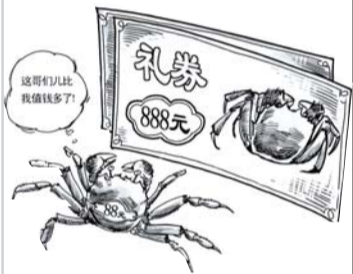
不仅仅是大闸蟹,记者调查发现,网上出售的多种月饼,同规格的价格悬殊也不小,虽然有不少都比实体店销售的便宜,但是消费者表示,宁愿从实体店购买,也不愿意从网上购买。

在淘宝网上,记者查看了某品牌一款“经典玫瑰”月饼礼盒,包括玫瑰五仁、冬蓉玫瑰,相思玫瑰的月饼各两块,沈阳的卖家

售价为125.1元/盒,而北京的卖家售价为116元,都包含运费。有些消费者表示,网上商品的价格很不靠谱,差距这么大也不知道产品质量有啥不一样。记者走访该品牌位于烟台的一家实体店发现,该款月饼售价为139元。不少选购月饼的消费者表示,也了解网上的价格比实体店便宜,可是这毕竟是入口的食品,还是亲眼看着实物选购放心。

据《中国消费者报》

## 倒腾月饼券 一周赚一万



## 中秋节月饼票 成“香饽饽”

“尤其是购物季时,我们每天的量会很大。”对于马上就要进入中秋节“月饼季”的老吴来说,接下来月饼票才是赚钱的关键。根据多名黄牛介绍,月饼票要看品牌,杏花楼、哈根达斯等是最好销售的,因此买入价也最高,可达票面价格的50%-60%左右,而其他月饼票基本以低于50%票面价收购,比如有些面包房的自制月饼,标价100多元/张,黄牛收购价仅30元。“假如是100元的月饼票,我们以50元收下,再以70元卖给‘下家’,等于赚了20元,这比起小票开具发票销售要好赚得多,唯一不足的是一年也就几次这样的旺季。”老吴坦言,曾经有一年的中秋节,他光是倒腾月饼票,一周的收入就过万元了。

## 收购物卡 量大赚得多

不过比起收取小票来说,购物卡有一个隐含的“道德风险”,因为并非所有的购物卡都有密码设置,有些是开放性设计,因此按照规矩,黄牛们得与持卡方到附近的机器上验证金额,或电话查询,但有时会比较麻烦也就不验证了,所以“社区蹲点黄牛党”不乏偶尔收到“次货”——实际金额小于卡面金额的货品。

“我们和收取购物小票类似的地方是,大家都是跑量的,比如比较畅销的OK卡、斯玛特的收购价格最高,可达9.7折-9.6折,即一张100元卡,我们以97元收下,然后我们再以99元或98元卖给‘下家’,即100元也就赚取个1-2元,主要是量大。”老许说,他一天收下的卡面值总额至少在10万元,以1%利润来计算,他一天也能赚取至少1000元,当然,他并非每天都出来“蹲点”,有时候天气太过炎热,他也要休息。

## 原因何在

对于为什么干这行,很多黄牛反映,有很多“下家”有送礼的需求,尤其是逢年过节,需求量非常大。他们从黄牛党手中收购的购物卡、票券等大多以9.8折、9.9折的价格,这样就可以为他们剩下一笔不小的费用。正是这些“下家”催生了倒卖购物卡、票券的现象。

据《第一财经日报》

# 食品成最热中秋礼

## 水果礼品卡备受青睐

虽然月饼、大闸蟹是中秋礼品档中的主题,但是酒类、食用油、礼品水果蔬菜等礼品型食品的销售量远高于包括春节在内的各大节日。

## 探访: 食品是最安全 最讨人喜欢的礼品

付先生是一家公关顾问公司的办公室主任,近期最重要的工作就是采购中秋礼品。“像员工福利、客户间的往来、答谢和一些拜访用的,每年中秋都是一大笔钱。”付先生告诉,一个中秋下来,仅员工福利和客户间的往来这一块就要近10万元,这还不算高层走访需要送的礼品和聚餐答谢的场地活动和餐费的钱。付先生说,每年,他都会想一些节流的办法。

“主要是能从一些快销品客户那里换一些商品,比如饮料、红酒等,然后发给员工。这样能省一笔。不过,客户间的答谢就得用真金白银了。”

选择什么送给客户则是比较头痛的问题,选得贵了超预算,选得便宜了会让客户质疑公司的经济能力。“显好,又不贵是最重要的。有一年我们同事选的家用工具组合,一套将近400元,但是客户的反应非常差。因此,这几年我们大多选择了食品。”付先生告诉记者,比起工具、用具、小家电等,食品是送礼最安全、最保

险、最讨人喜欢的了。

## 商家: 水果批发商 转型卖礼品卡

这样的需求也催生了一个行业的新业务类型。纪振东和朋友原来合伙开了一家精品水果专营店,平时就是批发进口水果和国内的优质水果。

到了中秋前两个月,他们则变身礼品经销商,经营起礼品水果卡的生意。“其实就是将我们店里的水果分成三个档次,然后卖卡。我们有固定的客户,这个生意到中秋特别好做。”中秋前后,这5家企业向纪先生采购礼品卡,仅这一块的收入,就能赶上平时配送水果两三个月的收入。

“我们标明A级的礼盒,对外售价300元,固定客户打7折。”纪先生告诉记者,这款礼盒承诺10种进口水果和3种应季水果,总重约8到10公斤。而由于只约定了水果的种类,并没有规定品种,他们会按照当时水果的价格来搭配水果。纪先生说道,大多选择当时售价在中档价位的水果,苹果、桃子等当季水果的价格则更为便宜,也是礼盒中的主打品种。

## 市场 中秋礼品册 多数只兑换食品

与纪先生这种半路出家、为赚一票节日利润的情况不同,王小姐是一家大型礼品公



司的业务员,她平时的工作就是推销各种礼品。他们公司本来是以小家电、日用品、厨具等产品线为主的礼品公司,但是到了每年的8月底也要大量引进食品。“像月饼、红酒、大闸蟹,只要您想要,我们公司都能提供。”王小姐说。

这并不是他们公司第一次在中秋的时候大举进军食品领域了。“我们发现中秋期间,普通礼品的市场很一般,还比不上年底或者会展热潮的时候。”王小姐告诉记者,以前对于他们来说,中秋市场就是跟五一、端午这类节日没有什么区别的市场,直到他们开发了食品领域,并做了专门的礼品册。

“客户可以凭借这个礼品册,随意选择礼品,我们负责配送。”王小姐告诉记者,礼品册中的商品,是近两年来他们公司在中秋的主打商品。王小姐说经她手销售出去的礼品,中秋节前是

平时大型节日的3到4倍的量。

## 分析: 中秋礼品 是中国人一种人情往来

为什么中秋前市场礼品均以食品为主?针对这一点,商业模式研究专家方教授说,中国是一个农业大国,中国人很多行为都能体现这一点,包括礼品的往来。

“提到中秋我们就能想到月饼,提到春节就是年夜饭,提到端午就是粽子。中国的节日文化和食品是分不开的。”在这种文化氛围中,食品充当着符号化节日的作用。

中秋期间的礼品往来,是中国人的一种人情往来,主要目的是固定关系、加深感情,并非带有针对性的礼品往来。“这样的礼品往来带有泛泛性,选择的礼物自然属于符号性礼品,主要是迎合节日,而非个人。”而中秋期间最好的符号化节日的物品就是食品。

## 部分国家邮寄月饼有限制

美国:确定寄件人已做好FDA食品注册,并且把FDA预报通知确认号标注在邮件详情单及商业发票上。收件人要提供卫生证明书并须接受卫生检查且馅料不能有蛋黄成分。

日本:10公斤以下不需要检疫证明及原产地证,但在月饼盒上要注明成分及有效日期;10公斤以上需要寄、收件人提供动植物检疫证明书,以及随货有寄件人原产地证明书。

英国:不得通过全球快递及经济快递寄递月饼。只接受预先安排的特别服务寄递,需收件人提供入口证;只能允许当干货入口,须包装完好,不易

腐烂,月饼盒上要注明有效期不得超过一个月。

韩国:须申报为干货,限5公斤及100美元以内,必须完好保存食品,不易腐烂,月饼盒上要注明有效期不得超过一个月。