



## 月饼心术

中秋在即,面临一年一度业绩“大考”的月饼厂商本该兴奋难抑,但他们当中很多人今年却高兴不起来了。

受中央禁止中秋、国庆节公款送月饼送节礼规定的影响,今年月饼的销售清淡不少,高价月饼礼盒更是受到重挫。月饼这一庆祝中秋节的传统食品,正从市场上回归理性。

### 退单潮

9月12日一大清早,赵斌就把手下的几个销售员又打了一通电话:

“小王,你今天一定得再使使劲儿!咱这月饼可得在中秋前都卖出去!”“小张,再看看能不能找找关系,看哪个企业能团购,咱给他低折扣……”

距离中秋节仅剩一周时间,赵斌把自己弄得跟催命鬼似的,作为京郊一家月饼厂的总经理,他说自己很无奈,“往年可不这样,这不今年赶上企事业单位‘节约过节’嘛,一早订出去的月饼又都退回来了。”

遭遇退单的不止赵斌一家,他向业内朋友打听得知,“无论企业大小,之前接受过的团体预订多数都被退货。”

赵斌把这直接归因于9月初中纪委的一纸禁令,中纪委要求节日期间,严禁用公款送月饼送节礼,严禁突击花钱和滥发津贴、补贴、奖金、实物。

禁令立竿见影,当天赵斌正在仓库帮工人清点刚到的月饼包装盒,电话响起,他以为又有团购客户上门。电话接起来后,眼角笑出的皱纹还没退,心里就“咯噔”一下,“退货?那怎么行呢?为什么退啊?咱之前不都签了订单,一切都很好么?”他对电话那头喊了起来。

挂上电话,赵斌气还未消,退单电话又一个个打了进来。意识到情况不妙,他赶紧翻看预订客户名单,然后彻底泄了气,一屁股坐在椅子上。

“预订客户名单中,40%是国有企业或政府单位,就是说,团购业务损失了四成。”赵斌只能暂时停工,另想办法将库存先卖出去。

像赵斌一样,在山东济南,一家糕点企业的老板告诉本报记者,“今年零售没怎么受影响,大的团购却几乎没了。”

这位老板还清楚地记得,按往年经验,一过春节就要为中秋筹备,他当时打电话给一家国有企业的部门负责人,对方是老客户了,承诺说中秋团购1万斤月饼没问题。等到8月,感觉风向不对,他再次打电话落实月饼订单,对方说“再等等看”。眼见中秋迫近,9月初,对方告诉他:“不好意思,领导不让买月饼了。”

### 没有侥幸

其实,早在今年4月份,中国焙烤食品糖制品工业协会主办的“2013年中国月饼行业高峰论坛”上,月饼界的“大佬”就不看好今年的形势:受中央“八项规定”等政策影响,团购及高档礼品消费将出现“双下滑”。

往年,赵斌年初就得多招人来充实仅有8名工人的月饼厂,但今年他留了一手,“以不变应万变,根据预订量,临时到人力市场上‘拉队伍’。”

到了6月份,形势似乎没有想象中那么“悲观”,赵斌陆续接到熟悉的企事业单位的订单,预订量甚至较往年还有所增加。上门的生意岂能不做,赵斌赶紧备足月饼馅料,临时招了8个工人进厂。

提前把月饼做好充库存,赵斌知道这是有风险的。他算计着自己的生产成本:今年月饼用的果仁、果料等原料都涨价,而且用工成本也比往年提高,估计月饼的生产成本较往年上涨10%左右。单纯为团购



中秋月饼瘦身的呼声越来越高,今年有商家推出纸质包装,节俭又实惠。(资料图)

# “遭罪”的月饼

本报深度记者 寇润涛 吴金彪

### 四成的团购订单退货,意味着已经花掉的400万元成本,亟需推向零售市场消化掉,“否则就得砸在手里。”

### 受到葛兰素史克被调查的影响,往年出手阔绰的制药企业今年绝大部分都大幅削减了月饼预算。

### “今年大多数商家月饼销售还不足六成,越贵的,越难卖。”

业务准备的月饼就有“5万余盒,价值高达1000万元”。

赵斌一度对政策心存侥幸,他认为“八项规定”是反对奢华浪费的,而他生产的月饼不走高档路线,生意肯定不会受政策影响。“各个单位过中秋节都要吃月饼,给员工发月饼也是中秋节福利,这个可不存在在浪费。”

可三个月后,四成的团购订单退货,对他来说,就意味着已经花掉的400万元成本亟需推向零售市场消化掉,“否则就得砸在手里。”

赵斌这样的小企业不好过,大型月饼生产商也躲不开这场“退货潮”。在南京街头一家冠生园月饼专卖店,临近中秋,老板娘王红(化名)忙了起来,但她仍插空跟记者抱怨,“今年各单位都讲清廉,讲节约,之前说好要团购的,最后都把订单退了回来。”

放在往年,一进入9月份,王红的月饼店前手里捏着月饼券来提货的就会排成长队,但今年企事业单位的一些老熟客都不来了,王红说:“现在估计,损失得在20%到30%。”

冠生园这家“老字号”对今年的销售情况非常敏感,拒绝了本报记者的采访,作为中国月饼生产企业的“龙头”之一,好利来也对月饼销售三缄其口。早在2008年,好利来月饼在全国60多个城市的团购订单就已经超过1亿元。一位熟悉好利来月饼市场销售的业内人士透露,今年年初,考虑到“三公”消费受限,好利来就预测到月饼客户的结构可能改变,于是提前策划了多种月饼销售模式,调整客户结构,将政府、事业单位这样的团购客户可能出现流失列入计划。

### “天价”触底

眼下的月饼市场的确与往年迥异。据统计,在2011年,中国约1万家工厂生产了28万吨月饼,消费者光在月饼上就花了约150亿元。

巨大的市场甚至吸引着星巴克、哈根达斯等洋巨头也来分一杯羹。哈根达斯早在1997年就开始在中国卖月饼,其冰淇淋月饼的销量一度跻身中国月饼市场前三名,但仍然低估了市场的巨大需求。

哈根达斯的月饼券曾是中国流通最广的月饼券之一,该公司提供的月饼礼盒售价大多在268元至988元之间,对于许多工薪阶层而言,价格有些高。很多高价月饼针对的是政府部门和企业团购,高价格低折扣销售是普遍的策略,因为这样可以给供需双方的灰色操作带来方便。

随着今年公款送月饼的做法被叫停,记者发现,商场里千元以上的礼盒难觅踪迹。山东银座商城股份有限公司有关负责人介绍:“今年市场上超过2/3的月饼礼盒不足200元,售价超过400元的难以找到。”

作为高端月饼的案例,据佛山当地媒体报道,曾引领奢华风的鱼翅馅月饼在佛山已基本绝迹。《人民日报》此前报道称,今年部分地区的豪华月饼销售额下降了12%。

不敢重金购买高档月饼的不只是政府官员,上海一家顶级糕点供应商承认,受到葛兰素史克被调查的影响,往年出手阔绰的制药企业今年绝大部分大幅削减了月饼预算。

山东稻香园食品有限公司总经理贺华军说,其实月饼的科技含量并不高,无非是馅料、食用油、面粉等原料的混合。

济南一大食物有限责任公司总经理王少杰介绍,普通的月饼、馅料等成本约2.5元,塑料托盒、脱氧剂等一毛多钱,原料成本也就是三四元钱,即使加上人工等成本,普通月饼也不可能卖到一盒300块钱以上。以前的价格虚高让很多糕点企业发了财,有些企业“一个中秋能吃半年”,而今年包装精简了,礼品的附加值减少了,价格自然就亲民了。

此前屡屡冒出的“天价”月饼,济南市食品工业协会会长阎世春说,“近乎疯狂,完全不正常。”那时候,一些月饼盒里除了装月饼,还有茶叶、酒,甚至黄金饰品,动辄成千上万元一盒,企业根本不是在卖月饼,而是在迎合社会的不良风气。

### 月饼券泡沫

面对下滑的月饼市场,月饼券贩子早已抱怨了起来。

以前企业通常会在中秋节前购买月饼券发给员工,或者送给官员。在北京做过五年月饼券生意的蔡亮揭示了这样一条利益链,“我们帮着厂家代卖月饼券,买券的人将月饼券拿去送礼,收到月饼券的人将大量不用的月饼券卖给‘倒爷’,这些‘倒爷’再把月饼券卖回厂家。”

他算了一笔账,如果厂家印制一张面值100元的月饼券,代售商以6折的价格卖给机关、企事业单位供其向员工发放福利,手里拥有月饼券的人将月饼券以面值2折的价格卖给“倒爷”,“倒爷”再以3折的价格将月饼券卖给原厂。最终,如果不算代售商的提成,厂家不用生产月饼却在每张月饼券上获利30元,各方“皆大欢喜”。

作为月饼生产厂商,赵斌也知道这套“潜规则”,但他不敢这么操作,这属于违规,甚至还会偷逃漏税。他说:“政府经常通过月饼原料进货量来了解企业实际生产量,以这种方式对月饼券的销售进行监督。”

在中央反腐政策之下,今年月饼券的供应量显著减少,“提前上市销售,是大型月饼企业规避库存积压风险的方式之一。”蔡亮说,从五、六月份,国内一些知名的大型月饼生产企业就开始销售月饼,比往年提前了近两个月。

9月12日,蔡亮代售月饼券的展台上,大三元、好利来、稻香村等知名月饼企业都是他的“上家”,“往年这个时候,我手里的月饼券已经销售得差不多了,但今年大多数商家月饼券销售还不足六成,越贵的越难卖。”蔡亮说。

中国烘焙食品工业协会执行副会长刘科元此前接受媒体采访时说:“今年的月饼券市场显得格外冷清,距离中秋不到一个月,不少商家还没完成销售任务。”

月饼券的折扣也越来越低,月饼的套利市场正在变小乃至消失,这或许是中央出台反腐政策未曾预料到的又一良性效果。当然受影响的不仅仅是月饼,另一种传统中秋美食螃蟹的价格也迅速下滑,在香港的“海产品干货街”上,多家商铺表示,内地游客已经大幅减少了对鲍鱼、鱼翅等高端海味的购买量,市场变得冷清。同样,茅台等中秋送礼上乘之选,价格也出现了类似波动。

## 月饼异形记

本报深度记者 寇润涛

清崇德三年(1638年),中秋节临近,在太原城内一家糕饼铺里,师傅老郭(郭杜林)和小杜、小林两个徒弟连日操劳,做的唐饼供不应求。

一天傍晚,饭后疲惫不堪的师徒三人因着酒劲不觉睡去,等到醒来时却发现之前和好的面因为天热已经发酵,不能再做传统的饼皮。老郭乘着酒劲,索性领着两个徒弟尝试将生面和了麻油、饴糖等材料掺入已经发酵的面中,没有想到做出的饼比以前做的唐饼更加酥软和香甜。

待到清末民初,郭杜林月饼已成为山西糕饼行业的著名品牌之一,每逢中秋佳节,家家户户、老老少少都会怀着浓浓的乡情和祈盼团圆的心愿品尝郭杜林月饼。

其实,月饼由来已久,明代的《西湖游览志会》就记载:“八月十五日谓之中秋,民间以月饼相遗,取团圆之义。”

如今,出生在上世纪60年代的大原人刘霞,每到中秋节都会想起小时候过中秋节的情形,“父母每过中秋节亲戚间走动,一定会带上一盒郭杜林月饼,大家一起把月饼切成好多小份,分着吃。”

那时的月饼用油纸包裹着,有的包成圆筒状,油纸泛着油光,外面再贴上红色的蜡纸,写明月饼的品种。

上世纪70年代,中国处于物资匮乏的特殊历史阶段,“那时候哪有什么零食,中秋节吃上一块月饼就非常满足了。”1976年出生的赵斌说,吃完月饼后,他会小心翼翼地把包月饼的那张油纸铺平,夹在书里,过完中秋再想吃月饼了,就翻开书凑近了闻闻油纸的香气。

然而,也就是二三十年的时间,现在的人们却很难找回过去的那种感觉了……

中秋节,很多人都为给关系户送礼绞尽脑汁。月饼原本是一种寓意团圆的中秋美食,现在却越来越异化。商场里的月饼价格动辄数百元,起初月饼礼盒里配的是茶叶、橄榄油,而后出现过用檀香木盒包装、内嵌洋酒以及人参之类名贵滋补品的“天价月饼”。

2005年,政府出台规定:从2006年起,月饼的包装成本不得超过月饼价值的25%。如今,月饼礼盒不再以豪华示人,但是,各种真金、白银打造的“金银月饼”又让月饼带上了铜臭之气。

就像济南市食品工业协会会长阎世春所说,“月饼就是月饼,不宜赋予它太多的不应有的附加意义。月饼市场的不健康主要还是受到了社会风气的影响。”