

“三公”消费禁令当道,高消费吃喝、团购订单大大缩水

众商家目光转向平民路线

“

本报记者 马辉 高雯 于伟

无论是往常以公务接待为主的星级酒店,还是曾经大量团购接单的礼品行和供货商,虽然已经有了心理准备,但今年中秋市场的剧变,仍让他们有些措手不及。阵痛之中,商家纷纷转变思路,朝向平民路线转型,进发。



月饼礼盒难觅踪影,平价散装月饼很受青睐。 本报记者 张晓科 摄

餐饮接待

半月卖不到从前一天的营业额

偏于市区一隅,一些以公务接待为主的星级酒店,吸引着过往市民的眼光。每年中秋,正是这些酒店不曾错过的盛宴。如今“三公”消费禁令当道,众多高端酒店纷纷放低架子,由“公宴”向“家宴”转变。

位于洸河路一家高端酒店,公务接待业务曾是这家酒店的支柱。“以前政府部

门、大型企业的商务接待占到近九成。”该酒店一位负责人坦言,如今,酒店已接不到公务接待的订单了。而“禁令”之前,该酒店有着100多元的人均消费标准,配备了100多人的服务团队,每天营业额能达到七八万元。如今少了“公款聚餐”的支撑,酒店每天的营业额骤降至七八千元。

“名气早打了出去,一提我们酒店的名字,就知道是商务接待酒店,给人一种高消费的感觉。”该负责人称,如今酒店把人均消费标准降到60元,正在努力转型,吸引普通消费者。

城区某四星酒店的杨经理也告诉记者,公务接待消费曾占该酒店营业额的一半以上,如今已不到三成。

“以往公务接待中,自带酒水的客户不多,现在自带酒水的客户明显多了起来。”杨经理说,市民消费观念在发生改变,酒店如果不随之调整经营理念,很难生存下去。

采访中记者发现,以往的中秋宴常以一些稀有菜肴为卖点,抬高消费层次来吸引眼球。如今高端餐饮业正发生改变,尝试向大众餐饮转型。

专家声音

“禁令”让中秋节回归传统的本位

以往热闹的中秋礼品市场有些冷清,天价月饼、高端白酒、珍贵菜肴受到很大的冲击。“中秋节是团圆之节,倡导是一种团圆、和谐之意。”专家学者们看来,禁令之下,社会上少了攀比之风、送礼之风,社会心理的改变利于传统文化的回归。

“往年一到中秋节,总有天价月饼的新闻报道出现,吸引着大众眼球。”济宁学院经济与管理系副教授汤焕磊认为,中秋节本是传统节日,但随着社会风气的变化,商业味十足。而在中央八项规定、厉行节约、反对浪费等新政出台后,公款消费得到遏制,高价月饼、天价月饼不见了踪影,令人欣喜。

“中央刚出台禁令时是靠强制制约,现在节俭过节,理性消费正在成为一种习惯。”汤焕磊告诉记者,原来中秋节更多是一种物质消费观,现在则开始呈现出一种精神价值观。“少了公款消费,社会风气得到净化,也让很多人从中解放了出来。”汤焕磊认为,“禁令”之下很多人不用再为送礼而头疼,尤其政府人士及商人,少了这份顾虑,可以和家人团圆过节,让传统中秋节得以回归传统的本位。

团购礼品

供应商纷纷减少高端礼盒订购量

眼看还有十几天就是中秋节,走亲访友的市民已经开始置办节礼。而一单团购订单还未接到的月饼礼盒代理商张幸祥,看着仓库内堆放的产品,心里很是没底。

张幸祥说,受节俭社会风气影响,去年月饼礼盒的团购量出现锐减,尤其高端礼盒销售更是举步维艰,多

款价格在四五百元的月饼礼盒都砸在了手里,最后只能低价处理。有了去年的经历,今年他没再进高端礼盒,同时减少了一半的库存,但面对团购零订单,他仍非常焦急。

“今年月饼礼盒的团购量,预估还会下滑。”华美月饼济宁地区总代理商李新善说,他同样还未收到团购

订单,但对市场仍有信心。“中秋佳节走亲访友是我们的民俗,没有企业、单位的团购,老百姓自己也会去买。”基于这种考虑,李新善叫停了高端礼盒的进货,把目光投向百元上下的大众礼盒。“月饼礼盒市场重量锐减,为了抢占市场份额,生产商和代理商大幅压缩利润空间,月饼礼盒的价

逐渐回归理性。”

济宁市食品供货商联合会会长胡鸿雁说,整体风气之下,受影响的酒水、月饼礼盒等礼品供货商压力很大,被迫将高端价位降低,以大众化消费为主要切合点。“市场的转变倒逼供货商以老百姓吃得起、买得起的商品为供应目标,更加理性、合理。”



一湖清水,为湿地守护
保护湿地,保护地球之肾